

**TINGKAT KEPUASAN PETANI TERHADAP ATRIBUT PRODUK BENIH
JAGUNG MANIS HIBRIDA DI KECAMATAN NGORO,
KABUPATEN JOMBANG**

Oleh

WISNU AJI RAMADHAN



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG**

2018

**TINGKAT KEPUASAN PETANI TERHADAP ATRIBUT PRODUK BENIH
JAGUNG MANIS HIBRIDA DI KECAMATAN NGORO, KABUPATEN
JOMBANG**

Oleh

WISNU AJI RAMADHAN

145040101111181

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
MALANG**

2018



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

TINGKAT KEPUASAN PETANI TERHADAP ATRIBUT PRODUK BENIH JAGUNG MANIS HIBRIDA DI KECAMATAN NGORO, KABUPATEN JOMBANG

Oleh:

Nama : Wisnu Aji Ramadhan
NIM : 145040101111181
Program Studi : Agribisnis
Minat : Sosial Ekonomi Pertanian

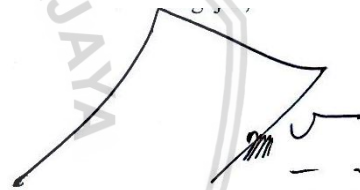
Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama,



Nur Baladina, SP., MP.
NIP. 198202142008012012

Pembimbing Pendamping,



Condro Puspo N., SP., MP.
NIP. 198804162014041001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian,



Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D
NIP. 197704202005011001

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Purworejo pada tanggal 14 Februari 1996 sebagai putra ketiga dari tiga bersaudara dari Bapak Suyatno dan Ibu Dwi Anggorowati.

Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN Sebomenggalan Purworejo pada tahun 2002 sampai tahun 2008, kemudian penulis melanjutkan ke SMPN 6 Purworejo pada tahun 2008 sampai tahun 2011. Pada tahun 2011 sampai tahun 2014 penulis melanjutkan studi di SMAN 7 Purworejo. Pada tahun 2014 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Strata-1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malangm Jawa Timur, melalui jalur SNMPTN.

Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah menjadi asisten praktikum Mata Kuliah Ekologi Pertanian pada tahun 2015-2016 dan tahun 2016-2017, Dasar Budidaya Tanaman pada tahun 2015-2016, tahun 2016-2017, dan tahun 2017-2018. Penulis juga pernah aktif dalam kegiatan kepanitiaan Seminar Nasional PERMASETA tahun 2014 sebagai anggota Divisi Sponsorship, LKTI dan NE tahun 2015 sebagai ketua pelaksana acara.

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, 30 Mei 2018

Wisnu Aji Ramadhan



RINGKASAN

WISNU AJI RAMADHAN. 14504010111181. Tingkat Kepuasan Petani Terhadap Atribut Produk Benih Jagung Manis Hibrida Di Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang. Dibawah bimbingan Nur Baladina, SP., MP. dan Condro Puspo Nugroho, SP., MP.

Jagung manis merupakan varietas dari jagung biasa dengan penulisan nama latin *Zea mays* var. *saccharata* Sturt (Syukur dan Rifianto, 2013). Jagung manis mengalami *trend* kenaikan yang cukup pesat pada dua tahun terakhir akibat berkembangnya kondisi sosial, ekonomi dan budaya masyarakat Indonesia. Tercatat pada tahun 2015, produksi jagung manis di Indonesia sebesar 490 ribu ton atau mengalami kenaikan sebesar 3,1 % dibandingkan pada tahun 2014 (475 ribu ton) (*Food and Agriculture Organization*, 2016). Jagung manis dapat diolah menjadi berbagai macam olahan pangan dengan cita rasa manis karena tingginya kandungan gula dalam bijinya dan aroma yang khas sehingga pangan olahan jagung manis dapat dengan baik diadaptasi konsumen dan memiliki potensi pasar yang besar. Di masa mendatang, jagung manis akan menjadi sumber karbohidrat alternatif yang disukai konsumen karena cukup tingginya kandungan karbohidrat jagung manis sebesar 22,8 gram atau 25% lebih sedikit dibandingkan jagung biasa (30,3 gram) (Yasin dan Suarni, 2011).

Berbagai produk benih jagung manis hibrida beredar dan digunakan oleh petani jagung manis di Kecamatan Ngoro. Hampir seluruh petani cenderung menggunakan benih jagung manis merek Talenta sehingga merek tersebut menguasai pasaran dan menjadi *market leader* di Kecamatan Ngoro. Tetapi faktanya di lapang, beberapa petani mengeluhkan kualitas dari merek tersebut dan merasa kurang puas dengan hasil produksinya. Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa persepsi dan tingkat kepuasan petani berbeda mengenai produk benih jagung manis dengan kualitas yang baik. Melihat fenomena yang terdapat di Kecamatan Ngoro, penelitian mengenai tingkat kepuasan petani benih jagung manis menarik untuk dikaji lebih dalam.

Penelitian ini akan menganalisis tentang kepuasan konsumen yaitu petani pada produk benih jagung manis Talenta. Alat analisis yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan kinerja produk serta *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut produk. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 11 atribut yang dipertimbangkan konsumen diantaranya bentuk tanaman jagung, kuantitas hasil produksi, daya tahan hama, daya tahan penyakit, daya tahan simpan klobot, umur panen, bobot tongkol, ujung tongkol penuh, warna kuning biji tanaman, ketebalan daging buah, dan berat kemasan. Hasil tersebut didapatkan dari uji instrumen menggunakan *Cochran Q test* terhadap 24 atribut produk benih jagung manis.

Berdasarkan hasil analisis *Importance Performance Analysis* (IPA), atribut kuantitas hasil produksi dan daya tahan penyakit merupakan atribut prioritas utama untuk diperbaiki guna meningkatkan kepuasan konsumen. Rendahnya kinerja kedua atribut dikarenakan masih banyak tanaman jagung manis Talenta tidak tahan terhadap penyakit bulai sehingga menurunkan kuantitas hasil produksi hingga mencapai kurang lebih 22%. Atribut daya tahan hama, umur panen, bobot tongkol,

ujung tongkol penuh, dan ketebalan daging buah merupakan atribut kekuatan yang harus dipertahankan pertasinya. Kinerja kelima atribut tersebut sudah sesuai dengan harapan atau kepentingan konsumen yang tinggi. Atribut daya tahan simpan klobot dan warna kuning biji tanaman merupakan atribut yang memiliki prioritas rendah karena kinerja atribut tersebut sebanding dengan harapan atau kepentingan konsumen yang rendah. Atribut bentuk tanaman jagung dan berat kemasan memiliki kinerja yang berlebihan karena kinerja atribut tersebut melebihi harapan atau kepentingan konsumen yang rendah.

Hasil *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) menunjukkan bahwa petani merasa sangat puas menggunakan benih jagung manis Talenta. Hal ini dapat dilihat dari nilai CSI sebesar 80,92%. Sejalan dengan data yang menunjukkan sebesar 95,46% responden petani setia mencari benih jagung manis Talenta ke tempat lain apabila stok di toko habis. Selain itu, sebanyak 11 atribut yang diujikan, 6 atribut memiliki nilai tingkat kesesuaian di atas rata-rata yang artinya konsumen merasa sesuai dengan kinerja atribut benih jagung manis Talenta.

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan untuk Perusahaan Agri Makmur Pertiwi supaya meningkatkan kinerja atribut kuantitas hasil produksi dan daya tahan penyakit yang menjadi prioritas utama dengan perbaikan teknik produksi benih jagung manis. Perusahaan perlu menyamakan persepsi petani tentang budidaya jagung manis Talenta dengan kegiatan penyuluhan. Selain itu, peningkatan kualitas jasa perlu dilakukan oleh perusahaan supaya konsumen selalu puas dengan benih jagung manis Talenta. Kemudian saran lain untuk penelitian selanjutnya supaya mengembangkan penelitiannya hingga membahas mengenai loyalitas konsumen.

SUMMARY

WISNU AJI RAMADHAN. 14504010111181. Level of Farmer's Satisfaction on Hybrid Sweet Corn Seed Product Attributes at Ngoro Subdistrict, Jombang. Supervised by Nur Baladina, SP., MP. dan Condro Puspo Nugroho, SP., MP.

Sweet corn experienced a fairly rapid increase trend in the last two year due to the development of social, economic and cultural conditions of Indonesian Society. Recorded in 2015, total production of sweet corn in Indonesia was 490 thousand tons or increase of 3,1% compared to 2014 (475 thousand tons) (FAO, 2016). Sweet corn can be processed into various kinds of processed foods with sweet taste because of the high content of sugar in the seeds and a distinctive aroma so that the processed food of sweet corn can be well adapted by consumers and has great market potential. In the future, sweet corn will be an alternative source of carbohydrates that consumers prefer because of the high content of sweet corn carbohydrate of 22.8 grams or 25% less than ordinary corn (30.3 grams) (Yasin and Suarni, 2011).

There are varieties of hybrid sweet corn seeds distributed and used by sweet corn farmers in Ngoro District. Almost all farmers tend to use sweet corn seed with the brand of Talenta, so that the brand controls the market and become a market leader in Ngoro District. But the fact in the field, some farmers complain about the quality of the brand and feel less satisfied with the results of its production. This phenomenon indicates that the perception and level of satisfaction of farmers is different about a good product quality of sweet corn seed. Looking at the phenomenon found in Ngoro Subdistrict, research on farmers satisfaction level of sweet corn seed is interesting to be studied more deeply.

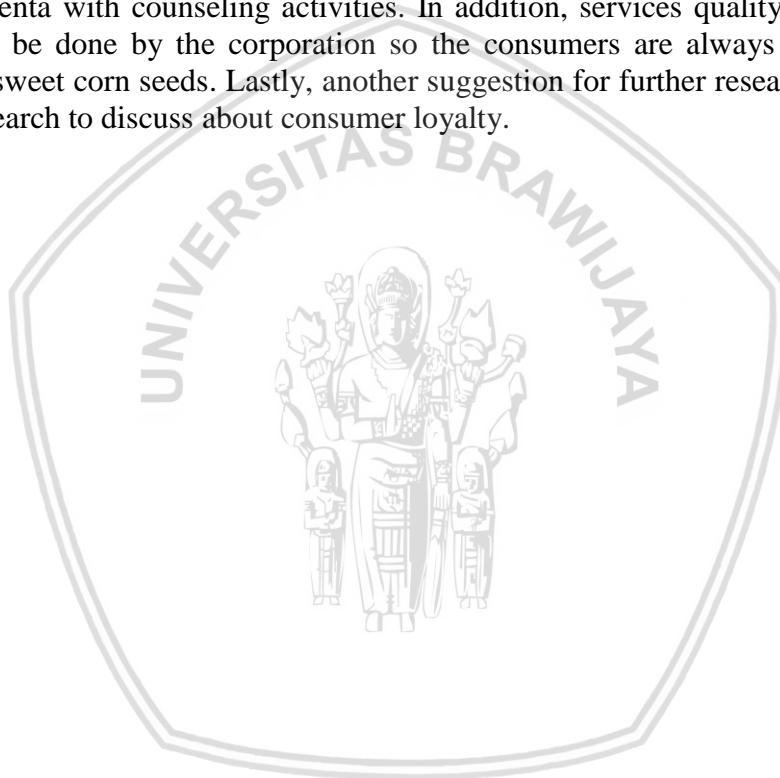
This research will analyze about consumer satisfaction which is farmer on sweet corn seed product of Talenta. That uses the Importance Performance Analysis (IPA) as analysis tool to measure attributes of importance and product performance and Customer Satisfaction Index (CSI) to determine the level of customer satisfaction on product attributes. The attributes used in this study are 11 attributes considered by consumers such as the shape of corn crops, production quantity, pest endurance, disease endurance, storability of cornhusk, harvest time, weight of corn cob, full cob tip, the yellow color of the kernels, thickness of corn flesh, and packaging weight. The result is obtained from instrument testing using Cochran Q-test 24 attribute.

Based on the results of analysis of Importance Performance Analysis (IPA), attributes of production quantity and disease endurance are the main priority attributes to be improved in order to improve customer satisfaction. The low performance of both attributes is because there are still many Talenta sweet corn crops is not resistant to bulai disease so it decreases the quantity of production until it reaches approximately 22%. Attributes of pest resistance, harvest time, weight of corn flesh, full cob tip, and thickness of the flesh are the attributes of strength that must be preserved. The fifth performance of these attributes is in compatible with the high expectations or interests of consumers. Attribute of storability cornhusk and the yellow color of the kernels is an attribute that has a low priority because the performance of these attributes is proportional to the low consumer expectations or interests. The shape of corn crops and weight packaging attributes have an

excessive performance because the performance of these attributes exceeds expectations or consumer low interest.

While the results of the Customer Satisfaction Index (CSI), shows that farmers are very satisfied using sweet corn seed with the brand of Talenta. This can be seen from the CSI value of 80,92%. This is in line with data that show 95,46% of farmers looking for seeds of sweet corn Talenta elsewhere when there is no stock in the store that is usually purchased. In addition, from 11 attributes tested, 6 attributes have an above-average level of compatibility which means consumers feel in compatible with the performance of Talenta sweet corn seeds attributes.

Based on the result of the research, suggestion to Agri Makmur Pertiwi Corporation improve the attributes of production quantity and disease endurance that are the main priority with production technique of sweet corn seed. Corporation have to synchronize farmer's perceptions about the cultivation of sweet corn Talenta with counseling activities. In addition, services quality improvement needs to be done by the corporation so the consumers are always satisfied with Talenta sweet corn seeds. Lastly, another suggestion for further research to develop their research to discuss about consumer loyalty.



KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena senantiasa melimpahkan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Tingkat Kepuasan Petani Terhadap Atribut Produk Benih Jagung Manis di Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang”. Skripsi ini disusun atas dasar pertimbangan penulis melihat fenomena yang terjadi di Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang. Persepsi dan tingkat kepuasan petani berbeda tentang produk benih jagung manis yang berkualitas. Oleh karena itu, tujuan penelitian yaitu menganalisis persepsi dan tingkat kepuasan petani di Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang tentang tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut produk benih jagung manis. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi petani, produsen benih jagung manis, dan penelitian selanjutnya yang relevan.

Penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik. Penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Keluarga yang selalu memberikan doa, motivasi, dan arahan, baik moral maupun material guna memperlancar penyusunan skripsi ini.
2. Nur Baladina, SP., MP. dan Condro Puspo Nugroho, SP., MP. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan setia mendampingi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh penduduk di Kecamatan Ngoro yang telah bersedia untuk menjadi responden dalam penelitian ini.
4. Teman-teman Agribisnis 2014 dan pihak lain yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belumlah sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan untuk perbaikan skripsi ini. Besar harapan penulis skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Malang, 11 Januari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
RINGKASAN	ii
SUMMARY	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSATAKA	8
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	8
2.2. Jagung Manis.....	10
2.3. Perilaku Konsumen	11
2.3.1. Persepsi Konsumen	14
2.3.2. Kepuasan Konsumen.....	15
2.4. Atribut Produk.....	20
2.5. <i>Cochran Q Test</i>	21
2.6. <i>Customer Satisfaction Index</i>	22
III. KERANGKA TEORITIS	24
3.1. Kerangka Pemikiran	24
3.2. Hipotesis.....	26
3.3. Batasan Masalah.....	26
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	26
IV. METODE PENELITIAN.....	38
4.1. Pendekatan Penelitian.....	38
4.2. Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian	38
4.3. Teknik Penentuan Sampel	38
4.4. Teknik Pengumpulan Data	39
4.5. Pengujian Instrumen.....	39
4.6. Teknik Analisa Data	41
4.6.1. Analisis Deskriptif.....	41
4.6.2. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	41
4.6.3. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	42
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	44
5.1. Gambaran Umum	44

5.1.1. Karakteristik Kecamatan Ngoro	44
5.1.2. Karakteristik Penduduk Kecamatan Ngoro	44
5.2. Karakteristik Responden	47
5.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
5.2.2. Responden Berdasarkan Usia	48
5.2.3. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
5.2.4. Responden Berdasarkan Kepemilikan Luas Lahan	50
5.2.5. Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	50
5.2.6. Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian	51
5.2.7. Responden Berdasarkan Kesetiaan Konsumen Dalam Membeli Benih Jagung Manis Talenta	52
5.3. Hasil Pengujian Instrumen	52
5.4. Hasil Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen	54
5.5. Hasil Analisis Tingkat Kinerja Benih Jagung Manis Talenta	56
5.6. Pengukuran Tingkat Kesenjangan (GAP) Menggunakan <i>Importance Performance Analysis</i>	57
5.7. Hasil Pemetaan Prioritas Pembenahan Atribut Menggunakan Diagram Kartesian	62
5.8. Pengukuran Kepuasan Menggunakan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	67
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	70
6.1. Kesimpulan	70
6.2. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	75

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Jagung merupakan komoditas yang cukup penting bagi Indonesia karena termasuk komoditas pangan utama yang diprioritaskan oleh pemerintah dalam mencapai swasembada pangan. Jagung mempunyai kegunaan yang beragam seperti pakan ternak (langsung atau olahan), pangan pokok bagi sebagian penduduk, bahan baku industri, dan energi (bioetanol). Sebagai pangan, jagung dikonsumsi oleh penduduk di berbagai daerah menjadi bahan pangan pokok. Sebagai bahan baku industri, jagung diolah menjadi pakan ternak, minyak, tepung jagung, dan gula (Bantacut, 2010). Sebagai energi (bioetanol), jagung memiliki kandungan karbohidrat sebesar 74%, tertinggi kedua setelah beras 80% (United States Department of Agriculture, 2014). Kandungan karbohidrat yang tinggi, menjadikan jagung sebagai bahan baku yang baik untuk produksi bioetanol. Mayoritas dari penggunaan saat ini adalah sebagai bahan baku utama industri pakan ternak. Penggunaan lain meliputi bahan pangan langsung, bahan baku minyak nabati non kolesterol, tepung jagung dan makanan kecil (Bantacut *et.al.*, 2015). Pernyataan tersebut diperkuat oleh data *Industry Update* Bank Mandiri (2015) dalam Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan (2017), Gabungan Pengusaha Makanan Ternak (GPMT) memperkirakan bahwa kebutuhan jagung untuk bahan baku ternak selama setahun mencapai 8,5 juta ton. Sedangkan data Badan Pusat Statistik (2015), pada tahun 2014 produksi jagung dalam bentuk pipilan kering mencapai 19,03 juta ton atau mengalami kenaikan sebesar 2,81% dibandingkan pada tahun 2013 (18,51 juta ton). Hal ini berarti sebanyak 44% dari produksi jagung nasional digunakan sebagai bahan baku pakan ternak.

Jagung manis merupakan varietas dari jagung biasa dengan penulisan nama latin *Zea mays* var. *saccharata* Sturt (Syukur dan Rifianto, 2013). Jagung manis mengalami *trend* kenaikan yang cukup pesat pada dua tahun terakhir akibat berkembangnya kondisi sosial, ekonomi dan budaya masyarakat Indonesia. Tercatat pada tahun 2015, produksi jagung manis di Indonesia sebesar 490 ribu ton atau mengalami kenaikan sebesar 3,1 % dibandingkan pada tahun 2014 (475 ribu ton) (*Food and Agriculture Organization*, 2016). Jagung manis dapat diolah

menjadi berbagai macam olahan pangan dengan cita rasa manis karena tingginya kandungan gula dalam bijinya dan aroma yang khas sehingga pangan olahan jagung manis dapat dengan baik diadaptasi konsumen dan memiliki potensi pasar yang besar. Di masa mendatang, jagung manis akan menjadi sumber karbohidrat alternatif yang disukai konsumen karena cukup tingginya kandungan karbohidrat jagung manis sebesar 22,8 gram atau 25% lebih sedikit dibandingkan jagung biasa (30,3 gram) (Yasin dan Suarni, 2011).

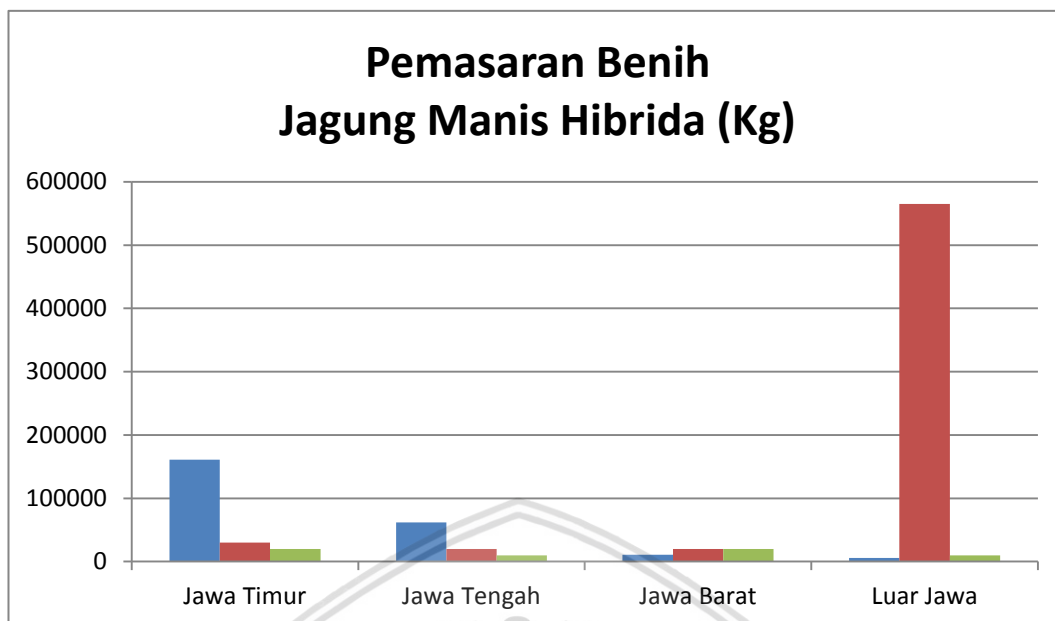
Jawa Timur merupakan penghasil jagung tertinggi di Indonesia. Produksi jagung di Jawa Timur pada tahun 2016 sebesar 6.3 juta ton disusul Jawa Tengah (3.6 juta ton), dan Sulawesi Selatan (2.1 juta ton) (Badan Pusat Statistik, 2017). Bentuk jagung yang dijual di tingkat pedagang pada umumnya berupa jagung pipilan kering mencapai 59,42%, disusul jagung ontongan kering sebesar 20,29%, jagung giling 10,14%, jagung bentuk lainnya (benih jagung, jagung manis, dedak jagung) 7,25%, dan tepung jagung mencapai 2,90% (Kementerian Pertanian, 2014). Merujuk pada pernyataan tersebut, diasumsikan sekitar 2,4% jagung diperdagangkan dalam bentuk jagung manis atau sekitar 151 ribu ton jagung manis diperdagangkan di Jawa Timur, 86 ribu ton di Jawa Tengah dan 50 ribu ton di Sulawesi Selatan. Berdasarkan asumsi tersebut, dapat disimpulkan bahwa Jawa Timur merupakan sentra produksi jagung manis terbesar di Indonesia.

Kabupaten Jombang merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur penghasil jagung manis. Produksi jagung di Kabupaten Jombang pada tahun 2016 sebesar 241 ribu ton atau mengalami peningkatan sebesar 12,5% dari tahun 2015 (211 ribu ton). Merujuk pada pernyataan Kementerian Pertanian (2014), diasumsikan bahwa 2,4% dari total jagung di Kabupaten Jombang tahun 2016 atau sekitar 5,7 ribu ton jagung manis dijual di kabupaten tersebut. Kabupaten Jombang memiliki 21 kecamatan penghasil jagung, salah satunya adalah Kecamatan Ngoro. Menurut Badan Penyuluh Pertanian Kabupaten Jombang, Kecamatan Ngoro termasuk salah satu sentra penghasil jagung manis di Kabupaten Jombang.

Salah satu faktor yang penting dalam peningkatan produksi tanaman jagung manis adalah penggunaan benih. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Soekartawi (1990), yang menyebutkan bahwa penggunaan benih merupakan salah

satu faktor yang mempengaruhi tingkat produksi suatu tanaman. Penggunaan benih unggul dapat mendukung peningkatan produksi guna memenuhi kebutuhan pasar. Pernyataan yang sama juga dikemukakan oleh Balitsereal Litbang Pertanian (2016), upaya yang dilakukan untuk meningkatkan produksi dengan pijakan utama yang digunakan dalam program pengembangan jagung manis adalah tingkat produktivitas yang telah dicapai saat ini. Pada daerah-daerah yang telah memiliki produktivitas tinggi (± 20 ton/ha) (Syukur dan Rifianto, 2013), programnya adalah pemantapan produktivitas. Peningkatan produksi di daerah yang tingkat produktivitasnya masih rendah (< 10 ton/ha), diprogramkan pergeseran penggunaan jagung manis ke jenis hibrida dan komposit unggul dengan menggunakan benih berkualitas. Penggunaan benih jagung unggul bersertifikat tahun 2015 mencapai 36,6 ribu ton atau meningkat 1,58% dari tahun 2014 (36,02 ribu ton) (Kementerian Pertanian, 2015). Informasi tersebut memberikan gambaran bagi produsen benih jagung manis untuk meningkatkan jumlah benih yang diproduksi.

Potensi pasar benih jagung manis telah dipetakan oleh CV Sumber Horti Nasional pada tahun 2015. Gambaran pasar benih jagung manis hibrida ini diturunkan dari pasar kompetitor yang telah menjadi *market leader* yaitu merek Talenta dan Bonanza. Data potensi pasar benih jagung manis disajikan pada Gambar 1. Berdasarkan data pada Gambar 1, merek Talenta menjadi *market leader* benih jagung manis di Jawa Timur. Kabupaten Malang merupakan daerah pemasaran benih merek Talenta tertinggi di Jawa Timur sebesar 100 ribu kg benih, disusul Kabupaten Kediri (47 ribu kg) dan Kabupaten Jombang (14 ribu kg). Merek Bonanza menjadi *market leader* benih jagung manis di Luar Jawa. Kalimantan Timur dan Medan merupakan daerah pemasaran benih merek Bonanza tertinggi, masing-masing sebesar 70 ribu kg benih. Merek lain terbagi menjadi banyak merek dan juga banyak produsen yang memproduksinya seperti Bisi, Tunas Seed, BCA, Surya Mentari, Oriental Seed, Agrotech, Global Seed, dll.



Gambar 1. Grafik Potensi Pemasaran Benih Jagung Manis Hibrida
Sumber: CV Sumber Horti Nasional (data primer diolah, 2015)

Banyaknya produsen benih di Indonesia menyebabkan persaingan produk benih berkualitas semakin ketat. Setiap produsen bersaing dalam mengembangkan produk benih jagung manis secara tepat sasaran demi meningkatkan mutu produk benih dan jagung manis yang dikonsumsi oleh masyarakat. Agar dapat memenangkan persaingan, produsen harus mengetahui persepsi konsumennya. Menurut Kotler (2008), persepsi adalah suatu proses memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi yang datang menjadi suatu arti yang kemudian menciptakan gambaran secara keseluruhan. Informasi tersebut dapat berupa segala sesuatu yang masuk dan menciptakan sensasi terhadap seseorang seperti produk, kemasan, merek dan iklan. Berdasarkan survei pendahuluan, ditemukan berbagai produk benih jagung manis hibrida yang beredar dan digunakan oleh petani jagung manis di Kecamatan Ngoro. Hampir seluruh petani cenderung menggunakan benih jagung manis merek Talenta sehingga merek tersebut menguasai pasaran dan menjadi *market leader* di Kecamatan Ngoro. Tetapi faktanya di lapang, beberapa petani mengeluhkan kualitas dari merek tersebut dan merasa kurang puas dengan hasil produksinya. Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa persepsi dan tingkat kepuasan petani berbeda mengenai produk benih jagung manis dengan kualitas yang baik.

Kegiatan pengembangan produk secara tepat sasaran diperlukan oleh produsen benih demi meningkatkan mutu produk benih dan jagung manis yang dikonsumsi oleh masyarakat. Selain itu, dibutuhkan juga *input* berupa informasi terkait perilaku konsumen yang memiliki pengalaman dalam menggunakan benih jagung manis. Informasi tersebut dapat menjadi referensi bagi produsen benih agar produknya dapat disukai oleh konsumen. Informasi terkait perilaku konsumen yang dimaksud adalah berkenaan dengan mengidentifikasi atribut yang dipertimbangkan konsumen pada produk benih jagung manis serta menganalisis tingkat kepuasan konsumen benih jagung manis terhadap berbagai atributnya. Sehingga, produsen benih jagung manis dapat mengetahui persepsi dan tingkat kepuasan petani dalam menggunakan benih jagung manis.

Berbagai penelitian mengenai kepuasan konsumen telah dilakukan Musa *et.al.* (2010); Tontini dan Picolo (2014); Miranda *et.al.* (2017). Musa *et.al.* (2010) menyatakan bahwa peringkat kinerja dan kepentingan atribut mungkin dipengaruhi oleh latar belakang demografi dan pengalaman responden. Hal tersebut menyebabkan IPA menghasilkan hasil yang beragam. IPA tidak mempertimbangkan adanya hubungan *non-linier* antara kinerja atribut dan kepuasan pelanggan Kano *et.al.* (1984) dalam Tontini dan Picolo (2014). Untuk mengatasi kelemahan IPA (Tontini dan Picolo, 2014) menggunakan *Improvement Gap Analysis* (IGA), kombinasi antara IPA dengan Kano. Disisi lain, (Martilla dan James, 1977 dalam Tontini dan Picolo, 2014) menyatakan teknik IPA paling banyak digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan juga berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan (Miranda *et.al.*, 2017). Tidak ada konsensus mengenai signifikansi atau besarnya dampak kualitas layanan terhadap hasil tersebut (Carrillat *et.al.*, 2009 dalam Miranda *et.al.*, 2017).

Melihat fenomena yang terdapat di Kecamatan Ngoro, penelitian mengenai tingkat kepuasan petani benih jagung manis menarik untuk dikaji lebih dalam. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi produsen benih untuk mengembangkan produk benih jagung manis dengan mempertimbangkan kepuasan petani sebagai konsumen.

1.2. Rumusan Masalah

Produk benih jagung manis merupakan jenis komoditas yang memiliki potensi cukup besar menjadi produk benih yang dibudidayakan. Hal tersebut menyebabkan produsen benih jagung manis di Indonesia dalam industri perbenihan semakin banyak. Perusahaan benih jagung manis yang ada saat ini, sebagian besar perusahaan milik asing (PMA) dan benih parental yang diturunkan untuk pembuatan F1 hibridanya semuanya masih diimpor. Menurut Peraturan Menteri Pertanian Nomor05/Permentan/OT.140/2/2012 yang membatasi masa edar satu jenis varietas benih parental impor hanya selama dua tahun. Setelah dua tahun, perusahaan benih harus merakit kembali varietas yang baru. Kebijakan tersebut menyebabkan variasi benih jagung manis yang beredar di pasaran semakin beragam.

Kabupaten Jombang merupakan salah satu kabupaten yang memiliki potensi pasar benih jagung manis yang tinggi. Tingginya potensi pasar benih jagung manis, menyebabkan banyak produsen yang memasarkan produknya ke Kabupaten Jombang khususnya Kecamatan Ngoro. Hal tersebut berdampak pada benih jagung manis yang beredar di kecamatan tersebut sangat bervariasi. Berdasarkan hasil observasi, produk benih jagung manis yang beredar di Kecamatan Ngoro seperti Talenta, Bonanza, Master Sweet, Sweet Lady, Sweet Boy, Jambore dan Jaguar. Benih jagung manis merek Talenta merupakan *market leader* di Kecamatan Ngoro dan hampir seluruh petani menggunakan benih merek Talenta.

Benih jagung manis merek Talenta memang sangat mendominasi di pasaran. Tetapi faktanya di lapang, banyak petani menggunakan merek lain dengan alasan benih jagung manis merek Talenta bukanlah benih paling unggul ditinjau dari ketahanan penyakit, ukuran tongkol sehingga mempengaruhi berat total hasil produksi. Hal tersebut menyebabkan persepsi dan kepuasan petani menjadi beragam dalam menggunakan benih jagung manis.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah menjelaskan fenomena *market leader* benih jagung manis merek Talenta ditinjau dari aspek tingkat kepentingan, tingkat kinerja dan tingkat kepuasan petani

konsumen benih jagung manis. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi petani terhadap tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk benih jagung manis di Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang?
2. Bagaimana tingkat kepuasan petani konsumen terhadap atribut produk benih jagung manis di Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis persepsi petani terhadap tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk benih jagung manis di Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang.
2. Menganalisis tingkat kepuasan petani konsumen terhadap atribut produk benih jagung manis di Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi petani dapat digunakan untuk mengetahui persepsi petani lain mengenai tingkat kepentingan dan kinerja atribut produk benih jagung manis.
2. Bagi produsen benih dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk mengembangkan produk benih jagung manis yang berkualitas dengan mempertimbangkan kepuasan petani sebagai konsumen.
3. Bagi penelitian selanjutnya dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian sejenis selanjutnya.

II. TINJAUAN PUSATAKA

2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Sukardi dan Chandrawatisma C. (2008) melakukan penelitian tentang tingkat kepuasan pelanggan produk *corned* Pronas di Bogor. Metode analisis data yang digunakan yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa sangat puas terhadap kinerja atribut-atribut dari produk *corned* Pronas. Damanik *et.al.*(2014) melakukan penelitian tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas minuman kopi di *Coffe Story* Malang. Metode analisis data yang digunakan yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa atribut yang perlu ditingkatkan kinerjanya dan secara keseluruhan konsumen merasa sangat puas terhadap kualitas minuman kopi di *Coffe Story* Malang.

Berbeda dengan penelitian di atas, kedua penelitian ini menggunakan petani sebagai respondenya. Wicaksana Eka Bayu, *et.al.* (2013) melakukan penelitian tentang tingkat kepuasan petani dalam menggunakan benih kentang bersertifikat di Kecamatan Bumiaji. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis *Cochran Q Test*, Multiatribut *Fishbein* untuk menganalisis sikap responden, *Importance Performance Analysis* (IPA), *Customer Satisfaction Index* (CSI), korelasi *Rank Spearman* untuk menganalisis hubungan antara sikap dan kepuasan dengan produksi dan pendapatan responden. Hasil penelitian ini menunjukkan petani kentang di Kecamatan Bumiaji merasa puas dengan penggunaan benih kentang bersertifikat karena produksi dan pendapatan yang dihasilkan lebih tinggi. Kinerja atribut harga beli benih kentang bersertifikat kurang baik karena tingginya harga beli benih kentang bersertifikat dapat meningkatkan biaya usahatani kentang. Patimah Siti, *et.al.* (2016) juga melakukan penelitian tentang tingkat kepuasan petani terhadap pelayanan usaha benih padi Cigeulis di Balai Induk Padi dan Palawija, Kabupaten Kepahiang, Bengkulu. Metode analisis data yang digunakan yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa petani di

Kabupaten Kepahiang merasa sangat puas atas kinerja manajemen Balai Benih Induk Padi dan Palawija Bengkulu.

Musa *et.al.* (2010) melakukan penelitian mengenai penggunaan analisis kepentingan kinerja untuk merumuskan strategi kepuasan konsumen pada industry penjualan langsung di Malaysia. Metode analisis yang digunakan yaitu *Importance Performance Analysis*, *Multiple Regression Analysis* dan *Correlation Analysis*. Hasil penelitian ini menunjukkan sebelum menggunakan IPA perlu dilakukan langkah validasi silang dengan metode lain untuk menilai kepentingan atribut seperti analisis regresi dan korelasi. Hal tersebut terjadi karena hasil penelitian ini menunjukkan beberapa item masuk dalam zona yang sama walaupun dengan metode penelitian yang berbeda.

Yazdanpanah *et.al.* (2013) melakukan penelitian untuk menyelidiki dan mengukur kepuasan petani terhadap asuransi tanaman pangan dan untuk lebih memahami faktor-faktor penentu kepuasan petani. Hasilnya adalah harga dan kualitas layanan yang diterima petani dari agen asuransi tanaman memiliki pengaruh terbesar dalam meningkatkan kepuasan petani. Kepuasan pelanggan menjadi faktor utama penentu loyalitas petani.

Penelitian tentang kepuasan konsumen telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Sebagian besar penelitian tentang pengukuran tingkat kepuasan konsumen menggunakan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Beberapa penelitian menggunakan analisis tambahan seperti *Multiatribut Fishbein*, korelasi *Rank Spearman*, *Multiple Regression Analysis* dan *Correlation Analysis* disesuaikan dengan tujuan dari penelitian tersebut. Dua penelitian fokus pada topik tingkat kepuasan petani konsumen benih yaitu benih kentang dan benih padi. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini akan meneliti tingkat kepuasan petani konsumen benih yaitu benih jagung manis. Metode analisis yang akan digunakan adalah analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI), menyesuaikan tujuan penelitian ini.

2.2. Jagung Manis

Jagung manis merupakan komoditas yang mulai dikenal di Indonesia sejak tahun 1970-an. Prof. Jajah Koswara memperkenalkan jagung manis saat mengajar kuliah di Bogor (Syukur, 2013). Para mahasiswa tertarik dan berkeinginan untuk memproduksi jagung manis dan dijual ke pasaran. Sekitar 20 tahun kemudian, jagung manis yang dikembangkan oleh perguruan tinggi di Bogor tersebut mulai dikenal oleh masyarakat Koswara (2007) dalam Syukur (2013).

Jagung manis merupakan varietas dari jagung biasa atau jagung pakan atau jagung pipil. Jagung manis termasuk tanaman hortikultura walaupun secara morfologi tidak berbeda dibandingkan dengan jagung pakan. Jagung manis merupakan perkembangan dari jagung tipe *flint* (jagung mutiara) dan jagung tipe *dent* (jagung gigi kuda). Hal yang membedakan antara jagung manis dengan jagung pakan adalah kandungan gulanya yang tinggi pada stadia masak susu dan permukaan kernel yang menjadi transparan serta berkerut saat mengering (Syukur, 2013).

Rasa manis pada jagung manis disebabkan oleh kandungan gula yang tinggi pada endosperm. Selain rasanya yang manis dan enak, jagung manis juga mengandung karbohidrat, lemak, protein, dan beberapa vitamin serta mineral yang dicantumkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kandungan Nilai Nutrisi dalam Biji Jagung Manis Per 100 Gram

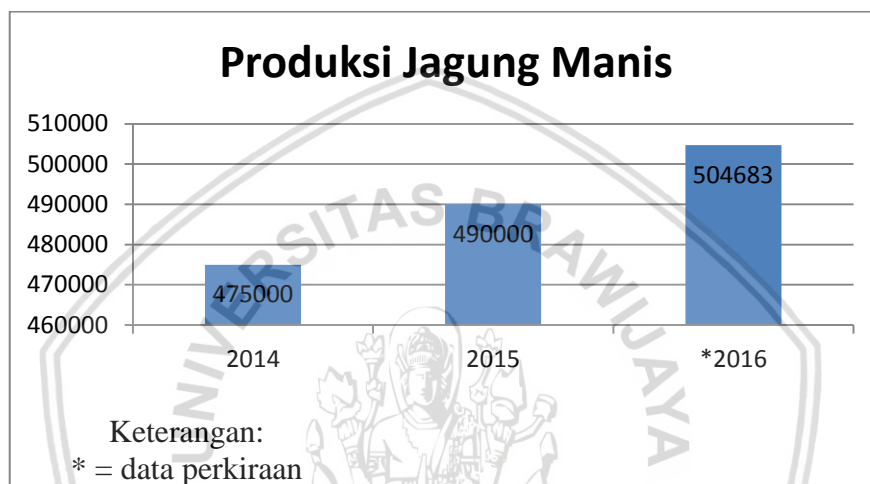
Kandungan Nutrisi	Jumlah
Energi 90 kkal (kj)	360,0
Karbohidrat (g)	19,0
Gula (g)	3,2
Dietary fiber (g)	2,7
Lemak (g)	1,2
Protein (g)	3,2
Vitamin A euiv, 10 g (%)	1,0
Asam Folat (vit. B9) 46 g (%)	12,0
Vitamin C 7 mg (%)	12,0
Besi 0,5 mg (%)	4,0
Magnesium 37 mg (%)	10,0
Kalium 270 mg (%)	6,0

Sumber: Larson (2003) dalam Syukur (2013)

Konsumsi jagung manis terus mengalami peningkatan seiring dengan pertambahan jumlah penduduk dan pola konsumsi. Masyarakat menyukai jagung manis karena rasanya yang manis sehingga dapat dikonsumsi sebagai jagung

rebus atau jagung kukus dengan atau tanpa diberi bahan lain (rasa dan aroma). Pada skala industri, jagung manis dijadikan bahan baku pembuatan sirup, gula jagung, pati jagung (maizena), minuman kemasan, susu dan berbagai produk lainnya (Syukur 2013).

Selama tiga tahun mulai tahun 2014 hingga 2016, produksi jagung manis di Indonesia mengalami peningkatan, terlihat pada Gambar 2. Hal tersebut mengindikasikan bahwa konsumsi jagung manis di Indonesia mengalami peningkatan.



Gambar 2. Produksi Jagung Manis Tahun 2014-2016

Sumber: *Food and Agriculture Organization* (data primer diolah, 2017)

2.3. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menurut Simamora (2004) adalah menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi dan menghabiskan produk. Mengetahui perilaku konsumen meliputi perilaku yang dapat diamati seperti jumlah yang dibelanjakan, kapan dengan siapa, oleh siapa dan bagaimana barang yang sudah dibeli dikonsumsi dan perilaku yang tidak dapat diamati seperti nilai-nilai yang dimiliki konsumen, kebutuhan pribadi, persepsi, bagaimana mereka mengevaluasi alternatif dan apa yang mereka rasakan tentang kepemilikan dan penggunaan produk yang bermacam-macam. Pendapat lain dari Sunyoto (2014), perilaku konsumen didefinisikan sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan

tersebut. Ada dua elemen penting dalam perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa secara ekonomis. Berdasarkan kedua pernyataan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumen adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat pada suatu proses pengambilan keputusan sebelum pembelian dan kegiatan fisik yang melibatkan individu tersebut dalam menilai, mendapatkan, memakai, dan mempergunakan barang atau jasa secara ekonomis.

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh keadaan dan situasi lapisan masyarakat dimana ia dilahirkan dan berkembang. Ini berarti konsumen berasal dari lapisan masyarakat atau lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, pendapat, sikap, dan selera yang berbeda-beda, sehingga pengambilan keputusan dalam tahap pembelian akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler (2008) terdiri dari:

1. Faktor Kebudayaan. Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor kebudayaan terdiri dari: budaya, subbudaya, kelas sosial
2. Faktor Sosial. Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta status sosial.
3. Faktor Pribadi. Faktor pribadi yang memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen terdiri dari: usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
4. Faktor Psikologis. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Proses pengambilan keputusan tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas lima tahap (Kotler, 2008), yaitu:

1. Pengenalan Masalah

Penganalisaan keinginan dan kebutuhan ini ditujukan terutama untuk mengetahui adanya keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi dan belum

terpuaskan. Jika kebutuhan tersebut diketahui, maka konsumen akan segera memahami adanya kebutuhan yang belum segera terpenuhi atau masih bisa ditunda pemenuhannya, serta kebutuhan yang sama-sama harus dipenuhi. Jadi, dari tahap ini proses pembelian mulai dilakukan.

2. Pencarian Informasi

Konsumen yang tergugah kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak mengenai produk atau jasa yang ia butuhkan. Pencarian informasi dapat bersifat aktif maupun pasif. Informasi yang bersifat aktif dapat berupa kunjungan terhadap beberapa toko untuk membuat perbandingan harga dan kualitas produk, sedangkan pencarian informasi pasif, dengan membaca suatu pengiklanan di majalah atau surat kabar tanpa mempunyai tujuan khusus dalam perkiraannya tentang gambaran produk yang diinginkan.

3. Evaluasi Alternatif

Tahap ini meliputi dua tahap, yaitu menetapkan tujuan pembelian dan menilai serta mengadakan seleksi terhadap alternatif pembelian berdasarkan tujuan pembeliannya. Tujuan pembelian bagi masing-masing konsumen tidak selalu sama, tergantung pada jenis produk dan kebutuhannya. Ada konsumen yang mempunyai tujuan pembelian untuk meningkatkan prestasi, ada yang sekedar ingin memenuhi kebutuhan jangka pendeknya dan sebagainya.

4. Keputusan Pembelian

Keputusan untuk membeli merupakan proses pembelian yang nyata. Jadi, setelah tahap-tahap di atas dilakukan, maka konsumen harus mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Bila konsumen memutuskan untuk membeli, konsumen akan menjumpai serangkaian keputusan yang harus diambil menyangkut jenis produk, merek, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayarannya. Perusahaan perlu mengetahui beberapa jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang menyangkut perilaku konsumen dalam keputusan pembeliannya.

5. Perilaku Pascapembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan merasakan puas atau tidak puas. Tugas pelaku pemasaran tidak berakhir saat produk dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pascapembelian. Pelaku pemasaran harus memantau kepuasan, tindakan, dan pemakaian produk pascapembelian.

Tahap-tahap pada proses kegiatan dalam suatu pembelian digambarkan oleh Kotler (2008) seperti berikut:



Gambar 3. Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian

2.3.1. Persepsi Konsumen

Persepsi adalah proses ketika seseorang memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan informasi yang datang menjadi suatu arti tersendiri untuk menciptakan gambaran secara keseluruhan. Informasi ini dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang masuk dan menciptakan sensasi terhadap seseorang, dapat berupa produk, kemasan, merek, dan iklan (Kotler, 2008). Persepsi menurut Schiffman, *et.al.* (2004) adalah proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimulasi ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia. Dua individu mungkin menerima stimulasi yang sama dalam kondisi nyata yang sama, tetapi bagaimana setiap orang mengenal, memilih, mengatur, dan menafsirkannya merupakan proses yang sangat individual berdasarkan kebutuhan, nilai-nilai dan harapan setiap orang itu sendiri. Berdasarkan kedua pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses yang dialami seseorang untuk dapat memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan informasi yang datang untuk menciptakan gambaran secara keseluruhan berdasarkan kebutuhan, nilai-nilai dan harapan setiap orang.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat (Astuti, 2004), yaitu:

1. Faktor pendidikan. Tingkat pendidikan formal dan non formal yang dimiliki seseorang mempengaruhi persepsi. Pendidikan dapat meningkatkan komunikasi seseorang, keluasan pandangan dan memungkinkan perubahan gaya hidup seseorang.
2. Faktor komunikasi. Komunikasi dapat terjadi secara verbal maupun non verbal, artinya komunikasi dapat melalui interaksi langsung (tatap muka), tetapi dapat juga secara tidak langsung melalui simbol-simbol, seperti media cetak, radio, televisi, observasi lapangan, dan lain-lain.

3. Faktor sosial ekonomi. Seseorang yang memiliki status sosial ekonomi lebih tinggi dari lainnya, akan mempunyai kesempatan dan mobilitas tinggi sehingga memungkinkan untuk memperoleh pengetahuan dan cakrawala berpikir yang lebih luas.
4. Kepemimpinan. Pemimpin adalah seseorang yang berpengaruh secara aktual, mempunyai kecakapan mengatur kepentingan umum, memberi contoh yang baik dan bermanfaat, berlaku jujur dan berkorban harta.

2.3.2. Kepuasan Konsumen

Menurut Umar (2005), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, besar kemungkinannya menjadi pelanggan yang loyal. Kotler (2008) juga mendeskripsikan kepuasan konsumen sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja produk yang diharapkan. Jadi, kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen terhadap kinerja produk yang didapatkan dibandingkan dengan kinerja produk yang diharapkan.

Setiap perusahaan pastinya menginginkan konsumen puas terhadap produk yang dijual. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan, cenderung untuk kembali membeli dan menggunakan produk maupun jasa pelayanan di kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan menjadi faktor utama bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen (Tjiptono, 2003), yaitu :

1. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan

Pada industri jasa, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dirinya bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif lebih murah, akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

5. Biaya

Jika konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa, maka konsumen tersebut cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya (Tjiptono, 2008):

1) Sistem Keluhan dan Saran

Pusat pelanggan (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat guna mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2) *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial. Kemudian melaporkan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer*

loss rate juga penting. Peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4) Survei Kepuasan Pelanggan

Penelitian mengenai kepuasan pelanggan umumnya dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

a. *Directly Reposted Satisfaction* (Laporan Kepuasan Langsung)

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan seperti “Ungkapan seberapa puas anda terhadap pelayanan PT. X pada skala berikut: sangat tidak puas tidak puas, netral, puas, sangat puas” Tampubulon *et.al.* (2007) dalam Tjiptono (2008).

b. *Derived Dissatisfaction* (Ketidakpuasan yang diterima)

Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan Musanto (2004) dalam Tjiptono (2008).

c. *Problem Analysis* (Analisa Permasalahan)

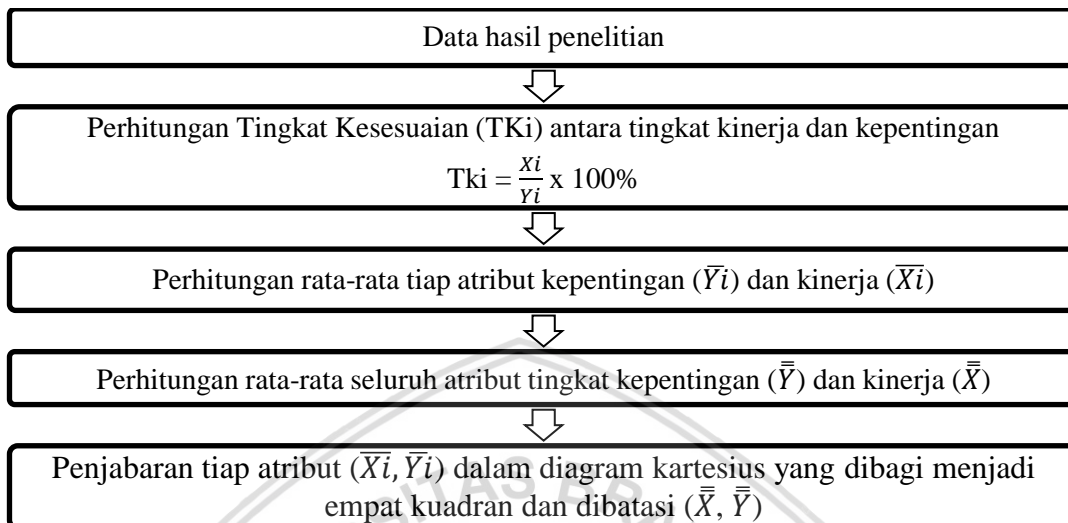
Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.

d. *Importance-Performance Analysis*

Pelanggan sebagai responden diminta untuk merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen Musanto (2004) dalam Tjiptono (2008).

Metode IPA merupakan salah satu alat analisis yang dapat digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan. Metode ini merupakan suatu teknik penerapan yang mudah dilakukan untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas produk berdasarkan persepsi pemakai produk atau jasa terhadap dimensi-dimensi kualitas yang telah ditentukan

(Supranto, 2006). Tingkat kepentingan diukur dari harapan konsumen, sedangkan tingkat kinerja diukur dari pelaksanaan. Tahapan dalam metode IPA tercantum pada Gambar 4.



Gambar 4. Diagram Alir Metode *Importance Performance Analysis*

Pada Gambar 4 dapat dilihat tahapan-tahapan dalam analisis IPA. Tahap pertama yaitu menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas benih jagung manis melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Rumus tingkat kesesuaian yaitu:

$$TKi = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan:

TKi = Tingkat kesesuaian

X_i = Skor penilaian kinerja

Y_i = Skor penilaian kepentingan

Tahap kedua yaitu menghitung rata-rata untuk setiap atribut yang dipersepsikan oleh konsumen. Rumusnya yaitu:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum \bar{X}_i}{n} \quad \bar{Y}_i = \frac{\sum \bar{Y}_i}{n}$$

Selanjutnya dihitung rata-rata seluruh atribut tingkat kepentingan ($\bar{\bar{Y}}$) dan kinerja ($\bar{\bar{X}}$) yang menjadi batas pada diagram kartesius. Rumusnya adalah:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum \bar{X}_i}{k} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{k}$$

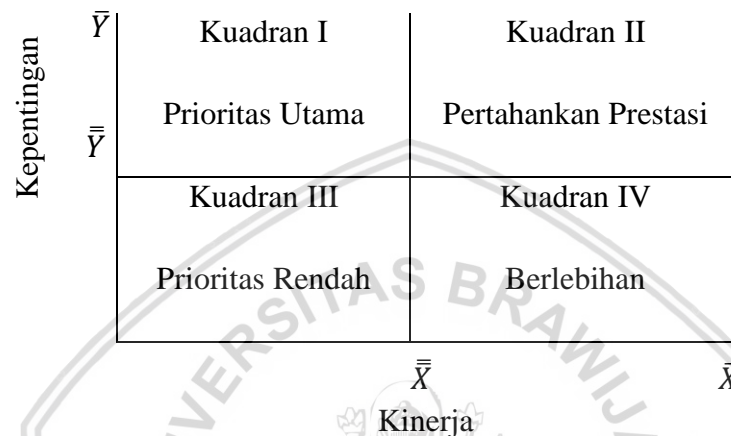
Keterangan:

$\bar{\bar{X}}$ = Rata-rata tingkat kinerja produk seluruh faktor atau atribut

\bar{Y} = Rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen

K = Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

Langkah terakhir yaitu memasukkan nilai-nilai sikap tingkat kinerja dan tingkat kepentingan untuk masing-masing atribut dalam diagram kartesius seperti pada Gambar 5.



Gambar 5. Diagram Kartesius
Sumber: Supranto, 2006

Masing-masing wilayah memiliki ketentuan tertentu untuk setiap atribut agar dapat masuk kategori salah satu dari keempat kuadran dalam diagram kartesius. Adapun ketentuannya adalah sebagai berikut:

a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Menunjukkan dimensi-dimensi yang dianggap penting namun pihak produsen belum melaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga mengecewakan atau tidak memberikan kepuasan. Dimensi inilah yang harus diprioritaskan untuk diperbaiki.

b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Menunjukkan dimensi-dimensi yang dianggap penting oleh konsumen dan pihak produsen telah memenuhinya. Oleh karena itu wajib dipertahankan.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Menunjukkan dimensi-dimensi yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan kinerja produk kurang istimewa sehingga hal ini bukan merupakan masalah bagi produsen.

d. Kuadran IV (Berlebihan)

Menunjukkan dimensi-dimensi yang menurut konsumen kurang penting tetapi dilaksanakan pihak perusahaan secara berlebihan. Dalam hal ini mungkin pihak produsen perlu mengurangi tingkat kinerja untuk dimensi-dimensi yang termasuk dalam kategori ini.

2.4. Atribut Produk

Tjiptono (2003) mengemukakan pengertian atribut produk sebagai unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut-atribut produk tersebut meliputi merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan dan lainnya. Atribut produk dipandang sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Semakin lengkap dan komplit atribut sebuah produk, maka semakin besar peluang produk tersebut diminati konsumen. Kotler (2008) juga memberikan pendapatnya tentang atribut produk yaitu atribut produk terdiri dari tiga hal yaitu mutu produk yang menunjukkan kemampuan sebuah produk menjalankan fungsinya, ciri produk yang digunakan sebagai alat untuk membedakan produk perusahaan dengan pesaingnya, dan desain produk yaitu keunikan penampilan produk yang dapat menarik perhatian konsumen. Kesimpulan yang dapat diambil dari kedua pernyataan diatas yaitu atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang penting bagi konsumen dan terdiri dari tiga hal, mutu produk, ciri produk, dan desain produk.

Lebih lanjut, Simamora (2004) dalam Haryadi (2005) menjelaskan atribut merek atau kategori produk memiliki dua pengertian. Pertama, atribut sebagai karakter yang membedakan merek atau produk dari yang lain. Kedua, faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian suatu merek atau produk yang melekat pada produk. Kedua pengertian tersebut akan menghasilkan perbedaan atribut produk (Haryadi, 2005). Jika pada pengertian pertama, atribut produk meliputi dimensi-dimensi yang terkait dengan produk atau merek, seperti kinerja, daya tahan, keandalan, desain gaya, reputasi, pelayanan, dan lain sebagainya. Sedangkan pada pengertian kedua, atribut produk meliputi dimensi-dimensi produk yang menyangkut pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk memperhatikan suatu produk, seperti harga,

ketersediaan merek, harga jual kembali, ketersediaan suku cadang, layanan purnajual, dan lain-lain.

2.5. Cochran Q Test

Cochran Q Test digunakan untuk mengetahui atribut apa saja yang dianggap valid yang menjadi pertimbangan dalam keputusan penggunaan suatu produk berdasarkan kriteria statistik yang dipakai dan tidak ada unsur subjektivitas peneliti di dalamnya (Umar, 2003). Peneliti mengeluarkan atribut-atribut yang dinilai tidak valid berdasarkan kriteria statistik yang dipakai. Pada metode ini, responden diberikan pertanyaan yang pilihan jawabannya YA atau TIDAK terhadap beberapa atribut produk. Rumus pengujian hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Semua atribut yang diuji mempunyai proporsi jawaban YA yang sama

H_a : Semua atribut yang diuji mempunyai proporsi jawaban YA yang berbeda.

Berikut Kriteria pengujian:

- a. Jika $Q \text{ hitung} > Q \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima.

Maksud dari pernyataan tersebut adalah belum ada kesepakatan dari responden terhadap atribut produk yang dipertimbangkan untuk memutuskan penggunaan suatu produk. Bila terjadi hal tersebut, maka akan dilakukan lagi dengan menghilangkan atau membuang atribut yang memiliki YA paling sedikit.

- b. Jika $Q \text{ hitung} < Q \text{ tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak.

Maksud dari pernyataan tersebut adalah sudah ada kesepakatan dari responden akan ada atribut produk yang dipertimbangkan dalam memutuskan penggunaan suatu produk.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai Q hitung dengan Q tabel atau Chi Square tabel. Pengujian Q hitung dilakukan terus menerus sampai diperoleh $Q \text{ hitung} < Q \text{ tabel}$ dengan derajat kebebasan yang digunakan untuk mencari $Q \text{ tabel}$ adalah derajat kebebasan = jumlah atribut – 1 dengan signifikan 5 %. Adapun rumus Q hitung sebagai berikut:

$$Q \text{ hitung} = \frac{(K-1)K \sum C^2 - (\sum C)^2}{K \sum R - \sum R^2}$$

Dimana :

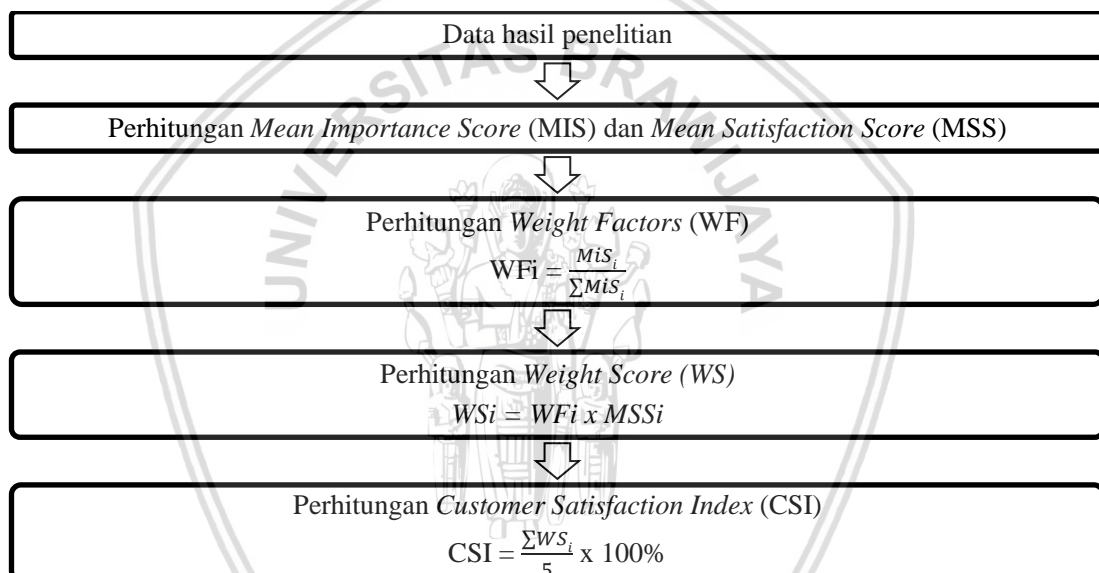
K = Jumlah atribut

C = Jumlah yang menjawab YA dari setiap blok

R = Jumlah yang menjawab YA dari semua atribut tiap blok

2.6. Customer Satisfaction Index

Pengukuran terhadap indeks kepuasan konsumen digunakan untuk mengetahui besarnya indeks kepuasan yang dihasilkan oleh suatu produk. Sesuai dengan pendapat Riandina dan Suryana (2006), CSI (*Customer Satisfaction Index*) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. Sukardi dan Cholidis (2008) berpendapat bahwa tanpa adanya CSI tidak mungkin manajer dapat menentukan tujuan dalam peningkatan kepuasan konsumen. Tahapan dalam perhitungan CSI (Wicaksana *et.al.*, 2013) dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Diagram Alir Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Tahap pertama dalam melakukan perhitungan CSI adalah menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS). Nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tiap atribut. Rumusnya adalah:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan:

n = Jumlah responden

Y_i = Nilai kepentingan atribut ke-i

X_i = Nilai kinerja atribut ke-i

Tahap kedua adalah menghitung *Weight Factors* (WF). Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut. Rumusnya adalah:

$$WFi = \frac{MISi}{\sum_{i=1}^p MISi} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Jumlah atribut kepentingan

I = Atribut ke-i

Selanjutnya menghitung *Weight Score* (WS). Bobot ini merupakan perkalian antara *Weight Factor* (WF) dengan rata-rata tingkat kepuasan (*Mean Satisfaction Score*).

$$WSi = WFi \times MSSi$$

Keterangan:

I = Atribut ke-i

Langkah terakhir yaitu menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Rumusnya adalah:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{5} \times 100\%$$

Nilai yang diperoleh dari perhitungan CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria kepuasan konsumen yang tercantum pada Tabel 2.

Tabel 2. Kriteria Kepuasan Konsumen

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81-1,00	Sangat puas
0,66-0,80	Puas
0,51-0,65	Cukup puas
0,35-0,50	Kurang puas
0,00-0,34	Tidak puas

Sumber: Sukardi dan Cholidis, 2008

III. KERANGKA TEORITIS

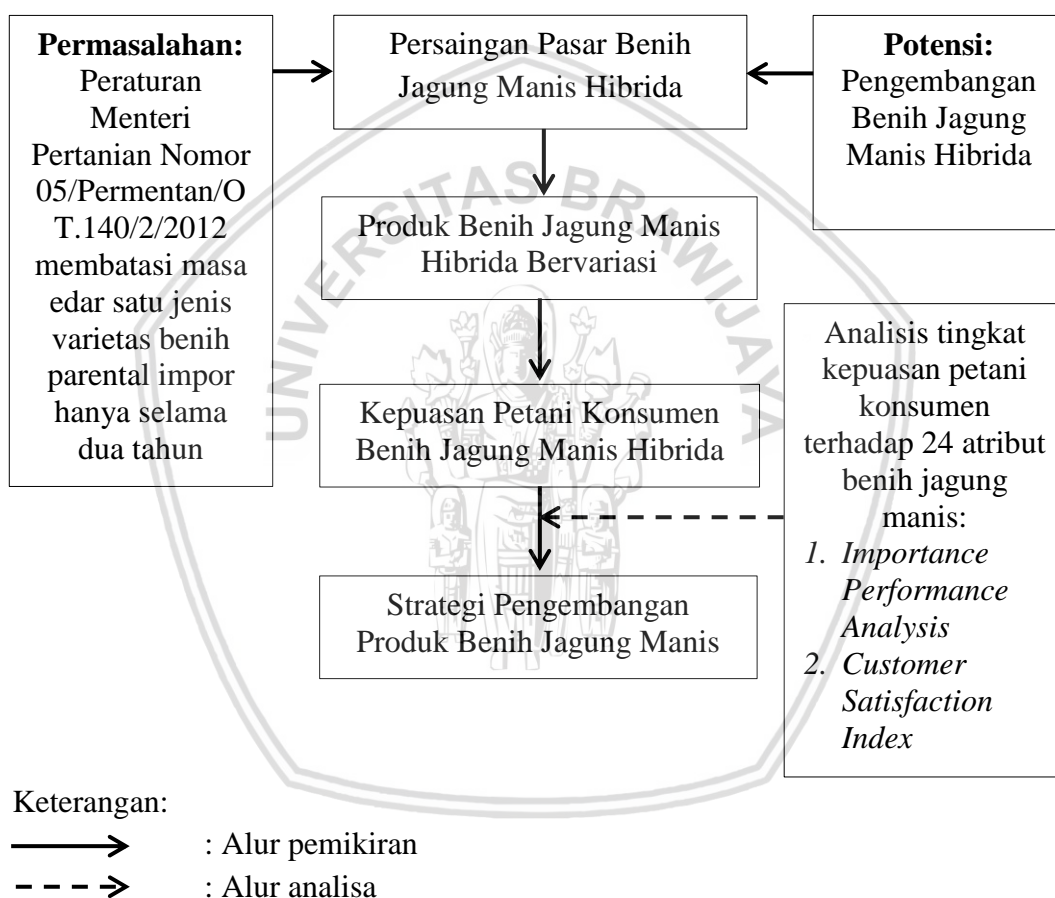
3.1. Kerangka Pemikiran

Produk benih jagung manis sangat berpotensi menjadi produk benih yang dibudidayakan sehingga produsen benih jagung manis di Indonesia dalam industri perbenihan sangat banyak. Hal tersebut menimbulkan persaingan antar perusahaan benih dalam hal pengembangan produk benih jagung manis yang berkualitas. Perusahaan benih jagung manis yang ada saat ini sebagian besar perusahaan milik asing (PMA) seperti *East West Seed* dan *Agrotech* serta benih parental yang diturunkan untuk pembuatan F1 hibridanya semuanya masih diimpor. Menurut Peraturan Menteri Pertanian Nomor 05/Permentan/OT.140/2/2012, membatasi masa edar satu jenis varietas benih parental impor hanya selama dua tahun. Setelah varietas tersebut beredar dua tahun, perusahaan benih harus merakit kembali varietas baru. Kebijakan tersebut menyebabkan variasi benih jagung manis yang beredar di pasaran semakin beragam.

Kabupaten Jombang menjadi salah satu kabupaten yang memiliki potensi pasar benih jagung manis yang tinggi. Tercatat pada tahun 2015, 2.000 ha lahan di Kabupaten Jombang siap ditanami benih jagung manis (CV Sumber Horti Nasional, 2015). Tingginya potensi pasar benih jagung manis, menyebabkan banyak produsen yang memasarkan produknya ke Kabupaten Jombang khususnya Kecamatan Ngoro. Hal tersebut berdampak pada benih jagung manis yang beredar di kecamatan tersebut sangat bervariasi. Contoh produk benih jagung manis yang beredar di Kecamatan Ngoro seperti Talenta, Bonanza, Master Sweet, Sweet Lady, Sweet Boy, Jambore dan Jaguar. Benih jagung manis merek Talenta sangat mendominasi di pasaran benih jagung manis. Berbanding terbalik dengan fakta yang ada di lapang, banyak petani juga menggunakan merek lain dengan alasan benih jagung manis merek Talenta bukanlah benih paling unggul dari segi ketahanan penyakit, ukuran tongkol dan berat total hasil produksi. Hal tersebut menyebabkan persepsi dan kepuasan petani menjadi beragam dalam menggunakan benih jagung manis.

Pangsa pasar yang cenderung dikuasai oleh satu produk akan menyulitkan produsen lain untuk bersaing di pasaran. Produsen benih perlu melakukan kegiatan pengembangan produk secara tepat sasaran demi meningkatkan mutu

produk benih jagung manis sehingga dapat menjadi *market leader*. Guna mengatasi permasalahan tersebut, perlu dilakukan analisis tingkat kepuasan petani konsumen terhadap atribut benih jagung manis. Analisis tersebut menggunakan metode *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index*. Hasil analisis akan menjadi bahan referensi bagi produsen benih untuk mengembangkan produk benih jagung manis dengan mempertimbangkan kepuasan petani sebagai konsumen. Permasalahan yang telah dijabarkan di atas, secara garis besar disajikan pada Gambar 7.



Gambar 7. Kerangka Pemikiran

3.2. Hipotesis

Berdasarkan survei pendahuluan yang telah dilakukan, mayoritas responden menggunakan benih jagung manis Talenta. Oleh karena itu, Talenta menjadi *market leader* produk benih jagung manis di Kecamatan Ngoro. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Persepsi petani terhadap tingkat kepentingan dan kinerja seluruh atribut produk benih jagung manis Talenta termasuk sangat penting dan memiliki kinerja yang sangat baik.
2. Petani konsumen benih jagung manis Talenta merasa puas dengan kinerja seluruh atribut produk benih jagung manis.

3.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini meneliti 1 merek benih jagung manis yaitu merek Talenta.
2. Responden pada penelitian ini adalah petani yang melakukan penanaman jagung manis hibrida merek Talenta pada musim tanaman terakhir (Agustus - Oktober 2017).
3. Responden yang dipilih adalah petani yang pernah membeli dan menggunakan benih jagung manis merek Talenta.
4. Penelitian ini hanya membahas tentang tingkat kepuasan konsumen. Aspek teknis lainnya termasuk kajian sosial ekonomi terkait loyalitas konsumen tidak dibahas.

3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Beberapa definisi operasional dan pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Jumlah benih per kemasan adalah banyaknya jumlah benih yang terdapat pada setiap satu kemasan benih jagung manis yang dijual yaitu kemasan 250 gram.

2. Bentuk tanaman jagung adalah kualitas bentuk/wujud tanaman seragam dengan ciri-ciri tinggi tanaman sama rata/seragam, berbatang kekar, perakaran kokoh, berdaun lebat dan berwarna hijau segar, bunga jantan dan betina produktif.
3. Kuantitas hasil produksi adalah kuantitas banyaknya hasil produksi jagung yang mampu dihasilkan pada saat panen dalam satuan ton/Ha.
4. Ketahanan tanaman terhadap hama adalah kemampuan tanaman jagung manis dari benih yang dibeli untuk tetap tumbuh dan berproduksi meskipun diserang oleh hama (lalat bibit, ulat penggerek).
5. Ketahanan tanaman terhadap penyakit adalah kemampuan tanaman jagung manis dari benih yang dibeli untuk tetap tumbuh dan berproduksi meskipun diserang oleh penyakit tanaman (hawar daun, bulai, layu).
6. Ketahanan simpan (klobot awet hijau) adalah Uukuran lama waktu simpan hasil panen jagung manis dilihat dari perubahan warna dan kesegaran klobot, dari mulai berwarna hijau muda hingga menjadi kuning dan kering dalam satuan hari.
7. Umur panen adalah kesesuaian kisaran panjang daur hidup tanaman jagung manis (sejak benih mulai ditanam hingga dapat dipanen) dengan keterangan perkiraan umur tanaman/umur panen pada kemasan benih.
8. Daya tumbuh (%) adalah kesesuaian kisaran tingkat kesuksesan jumlah benih jagung manis untuk berhasil tumbuh di sawah petani dengan kisaran prosentase keberhasilan tumbuh yang tercantum pada kemasan benih.
9. Ukuran/bobot tongkol adalah bobot/berat wujud fisik tongkol jagung manis yang dihasilkan oleh tanaman jagung manis, biasanya dinyatakan dalam ukuran 1 kg terdapat berapa tongkol.
10. Jumlah tongkol per tanaman adalah banyaknya tongkol jagung manis yang dihasilkan dari satu batang utama tanaman jagung manis.
11. Panjang tongkol adalah ukuran panjang tongkol jagung manis tanpa kelobot dari pangkal sampai ujung.
12. Ujung tongkol penuh (mepet) adalah kondisi tongkol jagung dimana bulir jagung mengisi penuh sampai ujung tongkol.
13. Tebal/tipisnya klobot adalah banyak sedikitnya lembaran klobot/kulit pembungkus setiap tongkol jagung.

14. Warna biji jagung manis adalah warna kuning dari bulir daging buah jagung manis yang dihasilkan setelah klobot pembungkus dikelupas.
15. Kemanisan/kadar gula adalah tingkat kemanisan dari bulir daging buah jagung manis saat dikunyah dan dirasakan indera pengecap.
16. Tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut) adalah tingkat ketebalan daging buah/bulir biji dibandingkan janggal dan klobotnya.
17. Tampilan kemasan adalah corak dan warna pada pembungkus produk benih jagung manis yang berfungsi sebagai pemberi identitas produk dan sekaligus sebagai pembeda dengan produk lain.
18. Berat kemasan adalah ukuran berat bersih setiap satu kemasan benih jagung manis yang dijual, yang cocok dengan kebutuhan petani jagung manis di Indonesia, biasanya dinyatakan dalam ukuran gram per kemasan.
19. Nama merek dagang adalah nama merek benih jagung manis yang digunakan perusahaan produsen agar produk benih jagung manisnya dapat dikenal dan diingat oleh konsumen, sekaligus sebagai pembeda dengan produk lain.
20. Harga adalah nilai nominal uang (Rp) yang dibayarkan konsumen untuk memperoleh produk benih jagung manis yang dijual di toko pertanian.
21. Nama produsen adalah nama perusahaan yang memproduksi benih jagung manis suatu merek tertentu.
22. Masa kadaluarsa benih adalah masa waktu yang diberlakukan hingga produk benih jagung manis tidak layak lagi dipergunakan.
23. Garansi penggantian produk baru (produk retur) adalah penggantian produk yang baru oleh perusahaan jika terdapat kecacatan pada produk benih jagung manis yang dibeli konsumen jika kerusakan diakibatkan oleh kelalaian pihak perusahaan.
24. Ketersediaan (*stock*) di toko adalah ada tidaknya ketersediaan benih jagung manis siap jual di toko pertanian (*ready stock*/harus menunggu hingga waktu yang ditentukan) saat petani hendak membeli.

Terkait dengan pengukuran variabel yang digunakan pada *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No	Variabel	Pengukuran Variabel	
		Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
1	Jumlah benih per kemasan	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada keuntungan usahatani 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada keuntungan usahatani 3 = Cukup Penting karena sedikit berpengaruh pada keuntungan usahatani 4 = Penting karena berpengaruh pada keuntungan usahatani 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada keuntungan usahatani	1 = Tidak Baik, Jika 1.000-1200 benih 2 = Kurang Baik, Jika 1.201 - 1400 benih 3 = Cukup Baik, Jika 1.401 - 1600 benih 4 = Baik, Jika 1.601 - 1800 benih 5 = Sangat Baik, Jika > 1.800 benih
2	Bentuk tanaman jagung	1 = Tidak Penting karena kondisi lingkungan yang tidak memiliki gangguan (angin) 2 = Kurang Penting karena kondisi lingkungan yang tidak memiliki banyak gangguan (angin) 3 = Cukup Penting karena kondisi lingkungan yang memiliki cukup banyak gangguan (angin) 4 = Penting karena kondisi lingkungan yang memiliki banyak gangguan (angin) 5 = Sangat Penting karena kondisi lingkungan yang memiliki sangat banyak gangguan (angin)	1 = Tidak Baik, jika berbatang tidak kekar dan berdaun jarang, tinggi < 1,5 meter 2 = Kurang Baik, jika berbatang tidak kekar dan berdaun jarang, tinggi 1,5 -1,7 meter 3 = Cukup Baik, jika berbatang kekar dan berdaun jarang, tinggi 1,5 - 1,7 meter 4 = Baik, jika berbatang kekar dan berdaun lebat, tinggi 1,5-1,7 meter 5 = Sangat Baik, jika berbatang kekar dan berdaun lebat, tinggi >1,7 meter
3	Kuantitas hasil produksi	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada keuntungan usahatani 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada keuntungan usahatani 3 = Cukup Penting karena sedikit berpengaruh pada keuntungan usahatani 4 = Penting karena berpengaruh pada keuntungan usahatani	1 = Tidak Baik, jika produksi 10 - <12 ton/ha 2 = Kurang Baik, jika produks 12 - <14 ton/ha 3 = Cukup Baik, jika produki 14 - <16 ton/ha 4 = Baik, jika produksi 16-18 ton/ha 5 = Sangat Baik, jika produksi > 18 ton/ha

Tabel 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

No	Variabel	Pengukuran Variabel	
		Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
		5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada keuntungan usahatani	
4	Ketahanan tanaman terhadap hama	1 = Tidak Penting karena kondisi lingkungan yang tidak memiliki gangguan (hama)	1 = Tidak Baik, jika tanaman tahan < 30% terhadap lalat bibit/ulat bumi/penggerek batang
		2 = Kurang Penting karena kondisi lingkungan yang tidak memiliki banyak gangguan (hama)	2 = Kurang Baik, jika tanaman tahan 30% - < 50% terhadap lalat bibit/ulat bumi/penggerek batang
		3 = Cukup Penting karena kondisi lingkungan yang memiliki cukup banyak gangguan (hama)	3 = Cukup Baik, jika tanaman tahan 50% - <70% terhadap lalat bibit/ulat bumi/penggerek batang
		4 = Penting karena kondisi lingkungan yang memiliki banyak gangguan (hama)	4 = Baik, jika tanaman tahan 70-90% terhadap lalat bibit/ulat bumi/penggerek batang
		5 = Sangat Penting karena kondisi lingkungan yang memiliki sangat banyak gangguan (hama)	5 = Sangat Baik, jika tanaman tahan > 90% terhadap lalat bibit/ulat bumi/penggerek batang
5	Ketahanan tanaman terhadap penyakit	1 = Tidak Penting karena kondisi lingkungan yang tidak memiliki gangguan (penyakit)	1 = Tidak Baik, jika tanaman tahan < 30% terhadap bulai/hawar/layu
		2 = Kurang Penting karena kondisi lingkungan yang tidak memiliki banyak gangguan (penyakit)	2 = Kurang Baik, jika tanaman tahan 30% - < 50% terhadap bulai/hawar/layu
		3 = Cukup Penting karena kondisi lingkungan yang memiliki cukup banyak gangguan (penyakit)	3 = Cukup Baik, jika tanaman tahan 50 - <70% terhadap bulai/hawar/layu
		4 = Penting karena kondisi lingkungan yang memiliki banyak gangguan (penyakit)	4 = Baik, jika tanaman tahan 70-90% terhadap bulai/hawar/layu
		5 = Sangat Penting karena kondisi lingkungan yang memiliki sangat banyak gangguan (penyakit)	5 = Sangat Baik, jika tanaman tahan > 90% terhadap bulai/hawar/layu
6	Ketahanan simpan (klobot awet hijau)	1 = Tidak Penting karena proses penjualan dilakukan langsung setelah panen	1 = Tidak baik, 2 hari setelah panen warna klobot mengering
		2 = Kurang Penting karena proses penjualan dilakukan 1 hari setelah panen	2 = Kurang Baik, 3 hari setelah panen warna klobot mengering
		3 = Cukup Penting karena proses penjualan dilakukan 2 hari setelah panen	3 = Cukup Baik, 4 hari setelah panen warna klobot mengering

Tabel 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

No	Variabel	Pengukuran Variabel	
		Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
		4 = Penting karena proses penjualan dilakukan 3 hari setelah panen 5 = Sangat Penting karena proses penjualan dilakukan 4 hari setelah panen	4 = Baik, 5 hari setelah panen warna klobot tetap hijau 5 = Sangat Baik, > 5 hari setelah panen warna klobot tetap hijau
7	Umur panen	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada keuntungan usahatani 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada keuntungan usahatani 3 = Cukup Penting karena sedikit berpengaruh pada keuntungan usahatani 4 = Penting karena berpengaruh pada keuntungan usahatani 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada keuntungan usahatani	1 = Tidak Baik, jika umur panen benih jagung manis sangat panjang berkisar >90 hari 2 = Kurang Baik, jika umur panen benih jagung manis panjang berkisar 86- 90 hari 3 = Cukup Baik, jika umur panen benih jagung manis biasa berkisar 81-85 hari 4 = Baik, jika umur panen pendek berkisar 75-80 hari 5 = Sangat Baik, jika umur panen sangat pendek berkisar < 75 hari
8	Daya tumbuh (%)	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada keuntungan usahatani 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada keuntungan usahatani 3 = Cukup Penting karena sedikit berpengaruh pada keuntungan usahatani 4 = Penting karena berpengaruh pada keuntungan usahatani 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada keuntungan usahatani	1 = Tidak Baik, jika dibandingkan hasil penanaman di lahan dengan pernyataan di kemasan, daya tumbuh < 70% 2 = Kurang Baik, jika dibandingkan hasil penanaman di lahan dengan pernyataan di kemasan, daya tumbuh 70% - 75% 3 = Cukup Baik, jika dibandingkan hasil penanaman di lahan dengan pernyataan di kemasan, daya tumbuh 76% - 80% 4 = Baik, jika dibandingkan hasil penanaman di lahan dengan pernyataan di kemasan, daya tumbuh 81% - 85% 5 = Sangat Baik, jika dibandingkan hasil penanaman di lahan dengan pernyataan di kemasan, daya tumbuh > 85%

Tabel 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

No	Variabel	Pengukuran Variabel	
		Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
9	Ukuran/bobot tongkol	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada penjualan 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada penjualan 3 = Cukup Penting karena sedikit berpengaruh pada penjualan 4 = Penting karena berpengaruh pada penjualan 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada penjualan	1 = Tidak Baik, jika berdasarkan hasil panen , 1 kg berisi 7-8 tongkol 2 = Kurang Baik, jika berdasarkan hasil panen, 1 kg berisi 6 - <7 tongkol 3 = Cukup Baik, jika berdasarkan hasil panen, 1 kg berisi 5 - <6 tongkol 4 = Baik, jika berdasarkan hasil panen, 1 kg berisi 4 - <5 tongkol 5 = Sangat Baik, jika berdasarkan hasil panen, 1 kg berisi <4 tongkol
10	Jumlah tongkol per tanaman	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada bobot tongkol utama 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada bobot tongkol utama 3 = Cukup Penting karena cukup berpengaruh pada bobot tongkol utama 4 = Penting karena berpengaruh pada bobot tongkol utama 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada bobot tongkol utama	1 = Tidak Baik, jika 1 tanaman berisi 1 tongkol medium 2 = Kurang Baik, jika 1 tanaman berisi 1 tongkol besar 3 = Cukup Baik, jika 1 tanaman berisi 1 tongkol besar dan 1 tongkol kecil 4 = Baik, jika 1 tanaman berisi 1 tongkol besar dan 1 tongkol sedang 5 = Sangat Baik, jika 1 tanaman berisi 2 tongkol besar
11	Panjang tongkol	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada penjualan 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada penjualan 3 = Cukup Penting karena cukup berpengaruh pada penjualan 4 = Penting karena berpengaruh pada penjualan 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada penjualan	1 = Tidak Baik, Jika panjang tongkol jagung < 16 cm 2 = Kurang Baik, Jika panjang tongkol jagung 16 - <18 cm 3 = Cukup Baik , Jika panjang tongkol jagung 18 - <20 cm 4 = Baik, Jika panjang tongkol jagung 20-22 cm 5 = Sangat Baik, Jika panjang tongkol jagung >22 cm

Tabel 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

No	Variabel	Pengukuran Variabel	
		Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
12	Ujung tongkol penuh (mepet)	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada penjualan 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada penjualan 3 = Cukup Penting karena cukup berpengaruh pada penjualan 4 = Penting karena berpengaruh pada penjualan 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada penjualan	1 = Tidak Baik, jika ujung tongkol tidak penuh > 6 cm 2 = Kurang Baik, jika ujung tongkol tidak penuh 5- 6 cm 3 = Cukup Baik, jika ujung tongkol tidak penuh 3 - 4 cm 4 = Baik, jika ujung tongkol tidak penuh 1 - 2 cm 5 = Sangat Baik, jika ujung tongkol penuh mepet < 1 cm
13	Tebal/tipisnya klobot	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada keuntungan usahatani 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada keuntungan usahatani 3 = Cukup Penting karena cukup berpengaruh pada keuntungan usahatani 4 = Penting karena berpengaruh pada keuntungan usahatani 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada keuntungan usahatani	1 = Tidak Baik, jika tebal klobot > 11 lapis 2 = Kurang Baik, jika tebal klobot 10 – 11 lapis 3 = Cukup Baik, jika tebal klobot 8 - 9 lapis 4 = Baik, jika tebal klobot 6 - 7 lapis 5 = Sangat Baik, jika tebal klobot < 5 lapis
14	Warna biji jagung manis	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada penjualan 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada penjualan 3 = Cukup Penting karena cukup berpengaruh pada penjualan 4 = Penting karena berpengaruh pada penjualan 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada penjualan	1 = Tidak Baik, Jika warna bulir kuning pucat 2 = Kurang Baik, Jika warna bulir kuning muda 3 = Cukup Baik, Jika warna bulir kuning 4 = Baik, Jika warna bulir kuning tua 5 = Sangat Baik, Jika warna bulir kuning orange
15	Kemanisan/ kadar gula	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada penjualan 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada	1 = Tidak Baik, Jika rasa jagung tidak manis 2 = Kurang Baik, jika rasa jagung tidak terlalu manis

Tabel 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

No	Variabel	Pengukuran Variabel	
		Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
		penjualan 3 = Cukup Penting karena cukup berpengaruh pada penjualan 4 = Penting karena berpengaruh pada penjualan 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada penjualan	3 = Cukup Baik, jika rasa jagung agak manis 4 = Baik, jika rasa jagung manis 5 = Sangat Baik, jika rasa jagung sangat manis
16	Tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut)	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada keuntungan usahatani 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada keuntungan usahatani 3 = Cukup Penting karena cukup berpengaruh pada keuntungan usahatani 4 = Penting karena berpengaruh pada keuntungan usahatani 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada keuntungan usahatani	1 = Tidak Baik, jika daging buah tipis, janggél besar 2 = Kurang Baik, jika daging buah tipis, janggél tipis 3 = Cukup Baik, jika daging buah tebal, janggél besar 4 = Baik, jika daging buah tebal, janggél kecil, klobot tebal 5 = Sangat Baik, jika daging buah tebal, janggél kecil, klobot tipis
17	Tampilan kemasan	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada kualitas benih 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada kualitas benih 3 = Cukup Penting karena cukup berpengaruh pada kualitas benih 4 = Penting karena berpengaruh pada kualitas benih 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada kualitas benih	1 = Tidak baik, jika kemasan tidak informatif, desain buruk, dan konten berlebihan 2 = Kurang baik, jika kemasan tidak informatif, desain buruk, dan konten proporsional 3 = Cukup baik, jika kemasan sedikit informatif, desain buruk, dan konten proporsional 4 = Baik, jika kemasan informatif, desain sederhana, dan konten proporsional 5 = Sangat baik, jika kemasan sangat informatif, desain menarik, dan konten proporsional
18	Berat kemasan	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada kualitas benih 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada	1 = Tidak Baik, jika berat kemasan < 50 gram 2 = Kurang Baik, jika berat kemasan 50 - 100 gram 3 = Cukup Baik, jika berat kemasan >100 - 150 gram

Tabel 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

No	Variabel	Pengukuran Variabel	
		Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
		kualitas benih 3 = Cukup Penting karena cukup berpengaruh pada kualitas benih 4 = Penting karena berpengaruh pada kualitas benih 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada kualitas benih	4 = Baik, jika berat kemasan >150 - 200 gram 5 = Sangat Baik, jika berat kemasan >200 - 250 gram
19	Nama merek dagang	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada kualitas benih 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada kualitas benih 3 = Cukup Penting karena cukup berpengaruh pada kualitas benih 4 = Penting karena berpengaruh pada kualitas benih 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada kualitas benih	1 = Tidak Baik, jika pembeli fanatik terhadap 1 merk dagang tanpa mempertimbangkan merk lain 2 = Kurang Baik, jika pembeli fanatik terhadap 2 merk dagang tanpa mau mempertimbangkan merk lain 3 = Cukup Baik, jika pembeli fanatik terhadap 3 merk dagang tanpa mau mempertimbangkan merk lain 4 = Baik, jika pembeli fanatik terhadap >3 merk dagang tanpa mau mempertimbangkan merk lain 5 = Sangat Baik, jika pembeli tidak fanatik terhadap merk dagang dan mau menanam merk dagang baru
20	Harga	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada kualitas benih 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada kualitas benih 3 = Cukup Penting karena cukup berpengaruh pada kualitas benih 4 = Penting karena berpengaruh pada kualitas benih 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada kualitas benih	1 = Tidak Baik, Jika > Rp 115.000 2 = Kurang Baik, Jika Rp 100.000 – Rp 115.000 3 = Cukup Baik, Jika Rp 85.000 – Rp 99.000 4 = Baik, Jika Rp 70.000 – Rp 84.000 5 = Sangat Baik, Jika < Rp 70.000
21	Nama produsen	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada kualitas benih 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada	1 = Tidak Baik, jika pembeli fanatik terhadap 1 nama perusahaan 2 = Kurang Baik, jika pembeli fanatik terhadap 2 nama

Tabel 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

No	Variabel	Pengukuran Variabel	
		Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
		kualitas benih 3 = Cukup Penting karena cukup berpengaruh pada kualitas benih 4 = Penting karena berpengaruh pada kualitas benih 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada kualitas benih	perusahaan 3 = Cukup Baik, jika pembeli fanatik terhadap 3 nama perusahaan 4 = Baik, jika pembeli fanatik terhadap >3 nama perusahaan 5 = Sangat Baik, jika pembeli tidak fanatik terhadap nama perusahaan
22	Masa kadaluarsa benih	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada keuntungan usahatani 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada keuntungan usahatani 3 = Cukup Penting karena cukup berpengaruh pada keuntungan usahatani 4 = Penting karena berpengaruh pada keuntungan usahatani 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada keuntungan usahatani	1 = Tidak Baik, jika masa kadaluarsa benih tersisa <4 bulan 2 = Kurang Baik, jika masa kadaluarsa benih tersisa 4-5 bulan 3 = Cukup Baik, jika masa kadaluarsa benih tersisa >5 - 6 bulan 4 = Baik, jika masa kadaluarsa benih tersisa >6 - 7 bulan 5 = Sangat Baik, jika masa kadaluarsa benih tersisa >7 bulan
23	Garansi penggantian produk baru (produk retur)	1 = Tidak Penting karena tidak berpengaruh pada keuntungan usahatani 2 = Kurang Penting karena kurang berpengaruh pada keuntungan usahatani 3 = Cukup Penting karena cukup berpengaruh pada keuntungan usahatani 4 = Penting karena berpengaruh pada keuntungan usahatani 5 = Sangat Penting karena sangat berpengaruh pada keuntungan usahatani	1 = Tidak Baik, jika retur produk dilayani setelah tanggal kadaluarsa 2 = Kurang Baik, jika retur produk dilayani 1-2 minggu sebelum tanggal kadaluarsa 3 = Kurang Baik, jika retur produk dilayani 3-4 minggu sebelum tanggal kadaluarsa 4 = Cukup Baik, jika retur produk dilayani 5-6 minggu sebelum tanggal kadaluarsa 5 = Sangat Baik, jika retur produk dilayani > 6 minggu sebelum tanggal kadaluarsa

Tabel 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (Lanjutan)

No	Variabel	Pengukuran Variabel	
		Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
24	Ketersediaan (<i>stock</i>) di toko	1 = Tidak Penting karena petani tidak pernah membeli benih langsung di toko	1 = Tidak Baik, jika benih sangat sulit untuk dicari dan dibeli
		2 = Kurang Penting karena petani sangat jarang membeli benih langsung di toko	2 = Kurang Baik, jika benih sulit untuk dicari dan dibeli
		3 = Cukup Penting karena petani jarang membeli benih langsung di toko	3 = Cukup Baik, jika benih cukup sulit untuk dicari dan dibeli
		4 = Penting karena petani sering membeli benih langsung di toko	4 = Baik, jika benih tidak sulit untuk dicari dan dibeli
		5 = Sangat Penting karena petani sangat sering membeli benih langsung di toko	5 = Sangat Baik, jika benih sangat mudah untuk dicari dan dibeli

IV. METODE PENELITIAN

4.1. Pendekatan Penelitian

Menurut Sugiyono (2011), penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Arikunto (2006) mengatakan bahwa pendekatan kuantitatif sesuai dengan namanya banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut. Berdasarkan kedua uraian tersebut, maka penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif untuk mencapai tujuan penelitian.

4.2. Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan di tiga desa di Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang. Dasar pertimbangan pemilihan lokasi tersebut adalah Kabupaten Jombang merupakan salah satu wilayah di Jawa Timur yang memiliki potensi pasar benih jagung manis hibrida. Menurut penyuluh pertanian di Kabupaten Jombang, Kecamatan Ngoro merupakan salah satu sentra produksi jagung manis di kabupaten tersebut. Penentuan tiga desa di Kecamatan Ngoro berdasarkan pengurutan tiga desa teratas penghasil jagung manis yaitu Desa Pulorejo, Desa Genukwatu dan Desa Rejoagung. Waktu penelitian adalah Bulan November 2017 – Februari 2018.

4.3. Teknik Penentuan Sampel

Penelitian ini menggunakan pendekatan non probabilitas berdasarkan pertimbangan peneliti untuk mendapatkan sampel yang baik dan tepat. Daftar populasi petani jagung manis di Kecamatan Ngoro tidak tersedia dan tidak dapat dikumpulkan oleh peneliti sehingga digunakan *accidental sampling*. Menurut Alston dan Bownles (2003), *accidental sampling* adalah sampel yang dipilih oleh peneliti secara kebetulan, mudah dan tersedia karena suatu alasan. Lebih lanjut, Margono (2004) menjelaskan bahwa pada teknik *accidental sampling*, pengambilan sampel tidak ditetapkan terlebih dahulu. Peneliti mengumpulkan data dari unit *sampling* yang ditemui sampai jumlah yang diharapkan terpenuhi.

Ukuran sampel adalah banyaknya individu dari populasi yang diambil sebagai sampel. Pengukuran sampel dalam penelitian ini mengacu pada teknik pengukuran sampel yang dikemukakan oleh Malhotra (1993) dalam Hidayat (2011), menyatakan bahwa ukuran sampel minimal adalah 4 atau 5 kali jumlah variabel. Variabel dalam penelitian ini adalah atribut yang dipertimbangkan oleh petani jagung manis hibrida. Atribut-atribut tersebut didapatkan dengan uji *Cochran Q-test*.

4.4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilihat dari sumber datanya adalah data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2011), sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sedangkan sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung kepada pengumpul data misalnya melalui perantara orang lain atau lewat dokumen. Berikut dijelaskan data primer dan data sekunder dalam penelitian ini:

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang didapatkan dari hasil wawancara responden menggunakan instrumen kuisioner dan dokumentasi. Data yang diperoleh melalui wawancara meliputi karakteristik responden, tingkat kepentingan atribut produk, dan tingkat kinerja atribut produk.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari pustaka ilmiah yang relevan dan mendukung hasil penelitian seperti CV. Sumber Horti Nasional, *Food and Agriculture Organization*, dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang.

4.5. Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji *Cochran Q-test*. Responden dalam pengujian ini adalah petani yang mengetahui informasi tentang produk benih jagung manis hibrida. Petani yang dipilih berasal dari 4 daerah di Jawa Timur yaitu Kabupaten Jombang, Kabupaten Kediri, Kabupaten Mojokerto, dan Kota Batu dengan jumlah keseluruhan 52 responden.

Uji *Cochran Q Test* digunakan untuk mengetahui atribut apa saja yang dianggap valid yang menjadi pertimbangan petani dalam keputusan penggunaan benih jagung manis. Peneliti mengeluarkan atribut-atribut yang dinilai tidak valid berdasarkan kriteria statistik yang dipakai. Pada metode ini, responden diberikan pertanyaan yang pilihan jawabannya YA atau TIDAK terhadap 24 atribut produk yaitu jumlah biji per kemasan, bentuk tanaman jagung, kuantitas hasil produksi, ketahanan tanaman terhadap hama, ketahanan tanaman terhadap penyakit, ketahanan simpan (klobot awet hijau), umur panen tanaman, daya tumbuh (%), ukuran/bobot tongkol, jumlah tongkol per tanaman, panjang tongkol, ujung tongkol penuh (mepet), tebal/tipisnya klobot, warna biji jagung manis, kemanisan/kadar gula, tebal/tipisnya daging buah, tampilan kemasan, berat kemasan, nama merk dagang, harga, nama produsen, masa kadaluarsa benih, garansi penggantian produk baru, ketersediaan (*stock*) di toko). Rumus pengujian hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Semua atribut yang diuji mempunyai proporsi jawaban YA yang sama

H_a : Semua atribut yang diuji mempunyai proporsi jawaban YA yang berbeda.

Berikut Kriteria pengujian:

- c. Jika $Q \text{ hitung} > Q \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima.

Maksud dari pernyataan tersebut adalah belum ada kesepakatan dari responden terhadap atribut produk benih jagung manis yang dipertimbangkan untuk memutuskan penggunaan benih jagung manis. Bila terjadi hal tersebut, maka akan dilakukan lagi dengan menghilangkan atau membuang atribut yang memiliki YA paling sedikit.

- d. Jika $Q \text{ hitung} < Q \text{ tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak.

Maksud dari pernyataan tersebut adalah sudah ada kesepakatan dari responden akan ada atribut produk benih jagung manis yang dipertimbangkan dalam memutuskan penggunaan benih jagung manis.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai Q hitung dengan Q tabel atau Chi Square tabel. Pengujian Q hitung dilakukan terus menerus sampai diperoleh $Q \text{ hitung} < Q \text{ tabel}$ dengan derajat kebebasan yang digunakan untuk mencari $Q \text{ tabel}$ adalah derajat kebebasan = jumlah atribut – 1 dengan signifikan 10 %. Adapun rumus Q hitung sebagai berikut:

$$Q \text{ hitung} = \frac{(K-1)K \sum C^2 - (\sum C)^2}{K \sum R - \sum R^2}$$

Keterangan :

K = Jumlah atribut

C = Jumlah yang menjawab YA dari setiap blok

R = Jumlah yang menjawab YA dari semua atribut tiap blok

4.6. Teknik Analisa Data

Penelitian ini menggunakan beberapa metode untuk menganalisa data, yaitu:

4.6.1. Analisis Deskriptif

Analisa deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik lokasi penelitian dan responden yang diteliti berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, tingkat kepemilikan lahan, tingkat penghasilan, keputusan pembelian benih jagung manis, dan kesetiaan petani membeli benih jagung manis Talenta.

4.6.2. Importance Performance Analysis (IPA)

Metode IPA merupakan salah satu alat analisis yang dapat digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan. Metode ini merupakan suatu teknik penerapan yang mudah dilakukan untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas produk. Tingkat kepentingan diukur dari harapan konsumen, sedangkan tingkat kinerja diukur dari pelaksanaan.

Tahap pertama yaitu menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas benih jagung manis melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Rumus tingkat kesesuaian yaitu:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian

Xi = Skor penilaian kinerja

Yi = Skor penilaian kepentingan

Tahap kedua yaitu menghitung rata-rata untuk setiap atribut yang dipersepsikan oleh konsumen. Rumusnya yaitu:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum \bar{X}_i}{n} \quad \bar{Y}_i = \frac{\sum \bar{Y}_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{X}_i = Skor rata-rata tingkat kinerja produk

\bar{Y}_i = Skor rata-rata tingkat kepentingan terhadap produk

n = Jumlah responden

Selanjutnya dihitung rata-rata seluruh atribut tingkat kepentingan ($\bar{\bar{Y}}$) dan kinerja ($\bar{\bar{X}}$) yang menjadi batas pada diagram kartesius. Rumusnya adalah:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum \bar{X}_i}{k} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{k}$$

Keterangan:

$\bar{\bar{X}}$ = Rata-rata tingkat kinerja produk seluruh faktor atau atribut

$\bar{\bar{Y}}$ = Rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen

K = Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

Langkah terakhir yaitu memasukkan nilai-nilai sikap tingkat kinerja dan tingkat kepentingan untuk masing-masing atribut dalam diagram kartesius seperti pada Gambar 5.

4.6.3. Customer Satisfaction Index (CSI)

Tahap pertama dalam melakukan perhitungan CSI adalah menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS). Nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tiap atribut. Rumusnya adalah:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan:

n = Jumlah responden

Y_i = Nilai kepentingan atribut ke-i

X_i = Nilai kinerja atribut ke-i

Tahap kedua adalah menghitung *Weight Factors* (WF). Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut. Rumusnya adalah:

$$WFi = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Jumlah atribut kepentingan

I = Atribut ke-i

Selanjutnya menghitung *Weight Score* (WS). Bobot ini merupakan perkalian antara *Weight Factor* (WF) dengan rata-rata tingkat kepuasan (*Mean Satisfaction Score*). Rumusnya adalah:

$$WS_i = WFi \times MSS_i$$

Keterangan:

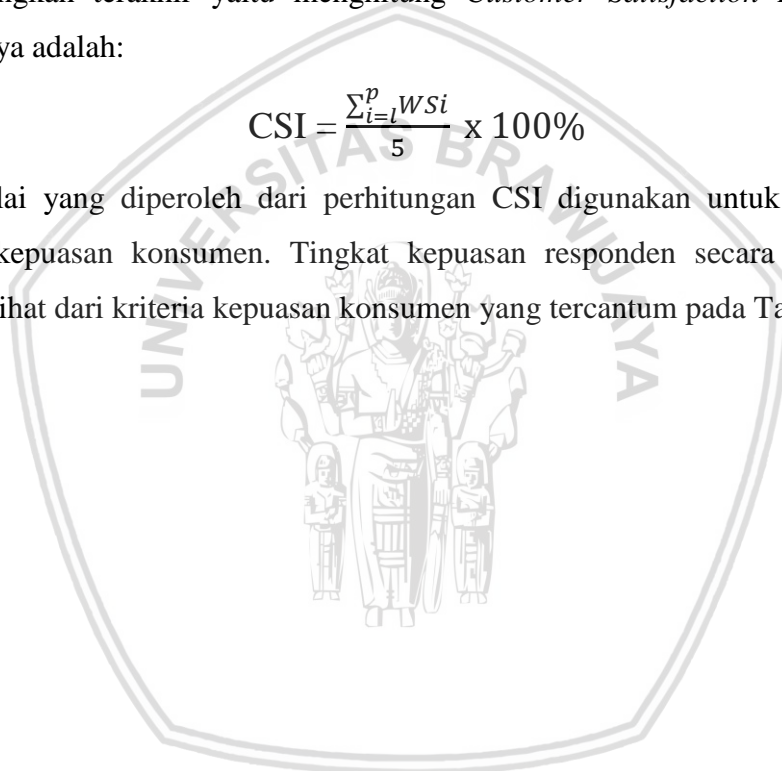
I = Atribut ke-i

Langkah terakhir yaitu menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Rumusnya adalah:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{5} \times 100\%$$

Nilai yang diperoleh dari perhitungan CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria kepuasan konsumen yang tercantum pada Tabel 2.



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum

Keadaan umum daerah penelitian digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan keadaan lokasi penelitian. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Berikut akan dijelaskan secara rinci keadaan umum daerah penelitian.

5.1.1. Karakteristik Kecamatan Ngoro

Kecamatan Ngoro terletak di bagian selatan Kabupaten Jombang dan berbatasan dengan wilayah Kabupaten Kediri. Batas wilayah Kecamatan Ngoro sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Mojowarno. Sebelah timur, berbatasan dengan Kabupaten Kediri. Sebelah selatan, berbatasan dengan Kecamatan Bareng. Sebelah selatan, berbatasan dengan Kecamatan Gudo. Kecamatan Ngoro memiliki luas daerah sebesar 49,86 Km² atau sekitar 4.985.751 Ha (Badan Pusat Statistik Jombang, 2016). Luas daerah tersebut terdiri dari pemukiman/perumahan sebesar 1.136.821 Ha, sawah sebesar 2.997.832 Ha, tegalan sebesar 707.744 Ha, dan lainnya sebesar 143.354 Ha.

5.1.2. Karakteristik Penduduk Kecamatan Ngoro

Kecamatan Ngoro termasuk salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Jombang, Jawa Timur yang memiliki karakteristik penduduk yang beragam. Keragaman tersebut juga berpengaruh terhadap keadaan sosial ekonomi budaya masyarakat. Berikut akan dijelaskan karakteristik penduduk Kecamatan Ngoro berdasarkan usia, pendidikan, dan profesi serta keadaan sosial ekonomi budayanya (Badan Pusat Statistik Jombang, 2016):

1. Jumlah Penduduk di Kecamatan Ngoro

Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di Kecamatan Ngoro didominasi oleh perempuan dengan persentase 50,33% lebih besar 0,66% dibandingkan laki-laki (49,67%). Desa Rejoagung merupakan desa yang memiliki jumlah penduduk laki-laki dan perempuan terbesar di Kecamatan Ngoro dengan persentase masing-masing sebesar 11,63% dan 11,21%. Berikut dijabarkan jumlah dan persentase penduduk Kecamatan Ngoro pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	34.825	49,67
2.	Perempuan	35.285	50,33
Jumlah		70.110	100

Sumber: Badan Pusat Statistik Jombang (data primer diolah, 2016)

2. Distribusi Jumlah Penduduk di Kecamatan Ngoro Berdasarkan Usia

Jumlah Penduduk Kecamatan Ngoro sebesar 70.110 orang. Pengelompokan penduduk berdasarkan usia, didominasi oleh kelompok usia belum produktif 0-14 tahun dengan persentase sebesar 26,26%. Berikut disajikan pada Tabel 5 tentang distribusi jumlah penduduk berdasarkan usia.

Tabel 5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia

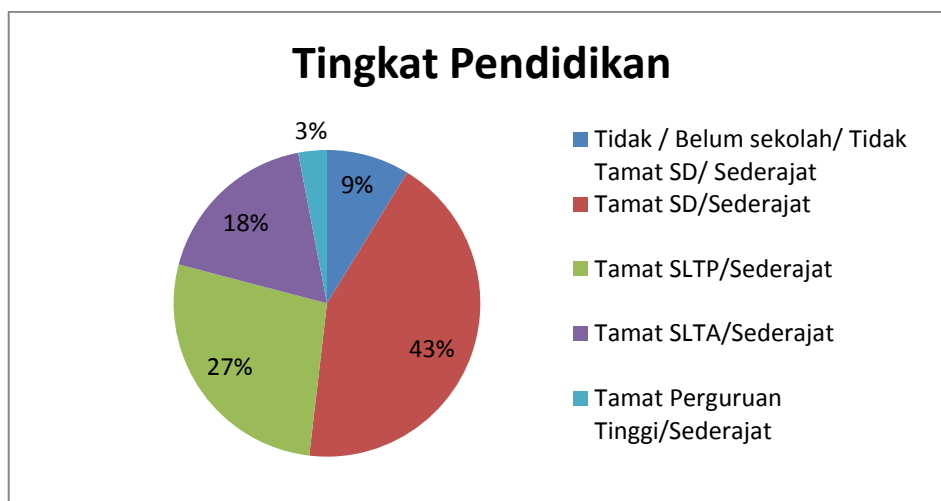
No.	Usia	L (orang)	P (orang)	Jumlah (orang)	Persentase(%)
1.	0 - 14 Tahun	9.434	8.980	18.414	26,26
2.	15 – 29 Tahun	7.867	7.808	15.675	22,36
3.	30 – 44 Tahun	7.632	7.976	15.608	22,26
4.	45 – 59 Tahun	6.296	6.382	12.678	18,08
5.	> 60 Tahun	3.596	4.139	7.735	11,04
Jumlah		34.825	35.285	70.110	100

Sumber: Badan Pusat Statistik Jombang (data primer diolah, 2016)

Penduduk Kecamatan Ngoro dengan usia produktif paling tinggi yaitu usia 15-29 tahun dengan persentase sebesar 22,36%. Sedangkan kelompok usia tidak produktif >60 tahun jumlahnya paling sedikit dengan persentase sebesar 11,04%. Desa Rejoagung merupakan desa yang memiliki kelompok usia produktif terbesar yaitu usia 15-29 tahun sebesar 13,48%.

3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

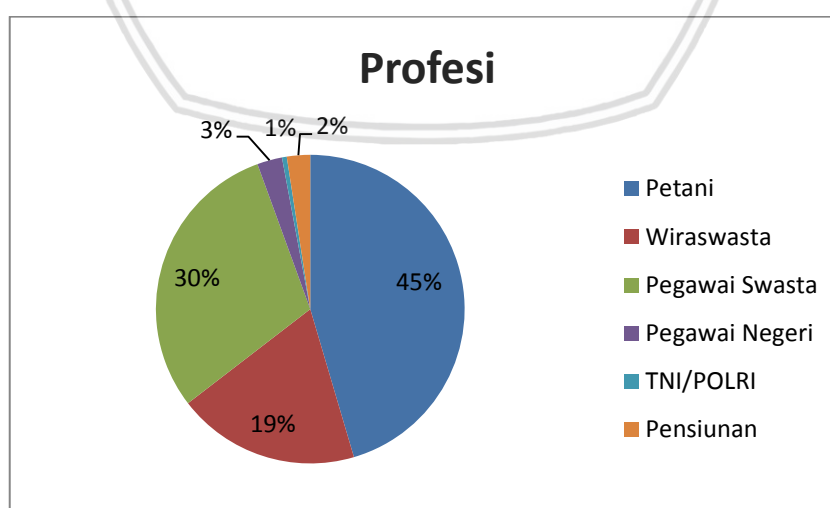
Data jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan masih belum diperbarui oleh pihak pemerintah Kabupaten Jombang. Jumlah penduduk Kecamatan Ngoro sebesar 70.110 orang, sedangkan data jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan hanya 49.304 orang. Sebanyak 20.806 orang masih belum terdata tentang tingkat pendidikannya. Berdasarkan data yang tersaji pada Gambar 8, sebagian besar penduduk Kecamatan Ngoro telah menempuh jenjang SD/ sederajat hingga tamat (43%). Hal tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar penduduk mampu baca tulis dan tidak buta huruf.



Gambar 8. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan
Sumber: Kabupaten Jombang, 2016

4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Profesi

Jumlah penduduk Kecamatan Ngoro berdasarkan profesi didominasi oleh profesi petani (45%). Terdapat tiga desa yang penduduknya berprofesi sebagai petani terbesar yaitu Desa Genukwatu (17,71%), Desa Pulorejo (15,02%), dan Desa Kertorejo (13,20%). Banyaknya jumlah penduduk yang berprofesi sebagai petani dikarenakan luas lahan untuk pertanian masih cukup besar yaitu 74,32% dari total luas daerah Kecamatan Ngoro. Tiga desa dengan luas lahan pertanian terbesar yakni Desa Rejoagung (10,70%), Desa Pulorejo (10,64%), dan Desa Genukwatu (10,08%). Jumlah penduduk berdasarkan profesi dijelaskan pada Gambar 9.



Gambar 9. Jumlah Penduduk Berdasarkan Profesi
Sumber: Badan Pusat Statistik (data primer diolah, 2016)

5. Keadaan Sosial Ekonomi Budaya Masyarakat Kecamatan Ngoro

Masyarakat Kecamatan Ngoro memiliki kerukunan dan solidaritas antar warga yang cukup tinggi. Masyarakat saling menghargai satu sama lain tanpa melihat suku, ras, agama dan golongan budaya. Tercatat pada tahun 2016, jumlah penduduk Kecamatan Ngoro berdasarkan agama yang dianut sangat beragam. Penduduk beragama Islam sebanyak 68.239 orang, 1.556 orang beragama Protestan, 553 orang beragama Katholik, 208 orang beragama Hindu, dan 37 orang beragama Budha (Badan Pusat Statistik Jombang, 2016). Tingginya tingkat saling menghargai antar warga juga terlihat pada tempat peribadatan yang beragam, seperti Masjid sebanyak 78, Mushola sebanyak 254, Gereja Protestan 6, dan Pura sebanyak 1. Selain keadaan sosial, keadaan budaya juga perlu diketahui. Keadaan budaya masyarakat Kecamatan Ngoro dapat dilihat pada profesi yang dijalankan. Profesi masyarakat Kecamatan Ngoro sebagian besar adalah petani (30,62%) dan sisanya terbagi atas profesi wiraswasta, pegawai swasta, pegawai negeri, TNI/POLRI, dan pensiunan. Tingginya profesi petani berhubungan dengan luasnya lahan pertanian di Kecamatan Ngoro sebesar 74,32% dari total luas daerah. Selain keadaan sosial budaya, keadaan ekonomi juga perlu diketahui dilihat dari tingkat kesejahteraan keluarga.

Tingkat kesejahteraan ekonomi masyarakat Kecamatan Ngoro termasuk cukup baik. Sebesar 78,98 % keluarga termasuk sejahtera dan sisanya 21,02% keluarga termasuk pra sejahtera. Hal tersebut dapat dilihat pada data Badan Pusat Statistik Jombang (2016), jumlah keluarga pra sejahtera di Kecamatan Ngoro sebesar 4.362 keluarga, keluarga sejahtera I sebesar 5.465 keluarga, dan keluarga sejahtera III sebesar 10.924 keluarga.

5.2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah warga yang tinggal di wilayah Desa Pulorejo, Desa Genukwatu dan Desa Rejoagung, Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang. Responden yang dipilih merupakan petani konsumen benih jagung manis Talenta dengan ketentuan bahwa responden telah membeli dan menggunakan benih jagung manis Talenta. Penelitian ini membutuhkan responden berjumlah 44 petani konsumen benih jagung manis. Data karakteristik responden yang diidentifikasi meliputi jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan,

tingkat penghasilan, luas lahan, keputusan pembelian petani, dan kesetiaan petani terhadap Talenta. Berikut akan dijelaskan mengenai karakteristik responden pada penelitian ini per bagian. Secara rinci, karakteristik responden tercantum pada Lampiran 2.

5.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui peran laki-laki dan perempuan dalam melakukan pembelian benih jagung manis untuk kebutuhan usahatannya. Pengelompokan tersebut dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	38	86,40
2.	Perempuan	6	13,60
Total		44	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 6, pekerjaan petani tidak hanya dilakukan oleh laki-laki, tetapi perempuan juga mampu untuk melakukan kegiatan usahatani. Selain itu, perempuan juga mampu melakukan pengambilan keputusan mengenai sarana produksi yang akan digunakan untuk berusahatani, tidak hanya laki-laki sebagai kepala rumah tangga yang dapat memutuskan. Hal tersebut terlihat pada hasil responden yang ditemui, responden laki-laki yang membeli benih jagung manis Talenta sebesar 86,40% dan responden perempuan sebesar 13,60%.

5.2.2. Responden Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini memiliki tingkat usia yang beragam. Perbedaan tingkat usia tersebut, kemudian dikelompokkan sesuai dengan tingkat usia produktif. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui kelompok usia berapa yang paling banyak dalam melakukan pembelian benih jagung manis Talenta.

Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa 84,09% responden yang ditemui adalah konsumen benih jagung manis Talenta dengan usia produktif dan sisanya 15,91% adalah konsumen dengan usia tidak produktif. Kelompok responden usia produktif tertinggi adalah rentang usia 55-64 tahun yaitu sebesar 25%. Tingkat usia tersebut merupakan usia produktif dimana seseorang sudah memiliki pengalaman usahatani yang tinggi sehingga lebih bijaksana dalam melakukan

keputusan pembelian benih jagung manis Talenta. Responden yang berusia >64 tahun atau lansia sebesar 15,91% masih memiliki kemauan untuk berusaha tani. Usia >64 tahun merupakan usia yang tidak lagi produktif untuk berusaha tani. Hal ini dikarenakan responden lansia tidak memiliki pendapatan lain selain berusaha tani. Oleh karena itu, masih terdapat responden lansia dalam penelitian ini. Berikut hasil pengelompokan responden berdasarkan usia yang tersaji pada Tabel 7.

Tabel 7. Responden Berdasarkan Usia

No	Pengelompokan Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 15 tahun	0	0,00
2	15-24 tahun	1	2,27
3	25-34 tahun	7	15,91
4	35-44 tahun	8	18,18
5	45-54 tahun	10	22,73
6	55-64 tahun	11	25,00
7	>64 tahun	7	15,91
Total		44	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

5.2.3. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden. Tujuan dari pengelompokan ini adalah mengetahui pengaruh tingkat pendidikan terhadap persepsi konsumen dalam pembelian benih jagung manis Talenta. Berikut disajikan tabel pengelompokan responden berdasarkan tingkat pendidikan.

Tabel 8. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	15	34,10
2	SMP	9	20,44
3	SMA	17	38,64
4	Diploma	0	0,00
5	S1	3	6,82
Total		44	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 8, diperoleh hasil tingkat pendidikan konsumen benih jagung manis Talenta cukup beragam mulai dari tingkat pendidikan yang rendah yaitu SD hingga tingkat pendidikan tinggi yaitu S1. Tingkat pendidikan konsumen benih jagung manis Talenta tertinggi adalah tingkat SMA sebesar 38,64%. Menurut Astuti (2004), pendidikan dapat meningkatkan komunikasi seseorang,

keluasan pandangan dan memungkinkan perubahan gaya hidup seseorang. Hal ini berarti sebagian besar konsumen benih jagung manis Talenta mempunyai kemampuan komunikasi yang baik dan pandangan yang luas untuk mendapatkan informasi tentang benih jagung manis Talenta sehingga melakukan pembelian benih jagung manis Talenta.

5.2.4. Responden Berdasarkan Kepemilikan Luas Lahan

Responden memiliki luas lahan yang berbeda satu sama lain. Sehingga dilakukan pengelompokan yang bertujuan untuk menyederhanakan perbedaan luas lahan. Luas lahan yang dimiliki petani konsumen dapat mempengaruhi jumlah pembelian benih jagung manis Talenta dan kuantitas hasil produksi. Berikut disajikan pengelompokan responden berdasarkan kepemilikan luas lahan.

Tabel 9. Responden Berdasarkan Kepemilikan Luas Lahan

No	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	$\leq 0,5$	31	70,46
2	$0,5 - 1$	12	27,27
3	≥ 1	1	2,27
Total		44	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 9, konsumen benih jagung manis Talenta sebagian besar memiliki luas lahan $\leq 0,5$ Ha. Petani dalam membeli benih jagung manis Talenta juga memperhatikan luas lahan yang dimiliki. Setiap 100 banon/ro atau dikonversikan ke Ha menjadi 0,14 Ha, rata-rata kebutuhan benih jagung manis Talenta sebanyak 5 bungkus. Hal ini berarti sebagian besar petani membeli benih jagung manis Talenta dengan jumlah pembelian terkecil sebanyak 5 bungkus dan terbesar 18 bungkus.

5.2.5. Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

Pengelompokan responden berdasarkan tingkat penghasilan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tingkat penghasilan konsumen dalam memutuskan pembelian benih jagung manis Talenta. Tingkat penghasilan yang dimaksudkan adalah omzet penjualan hasil panen terakhir. Hasil pengelompokan tersaji pada Tabel 10.

Berdasarkan Tabel 10, konsumen dengan penghasilan Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.00/panen memiliki persentase tertinggi sebesar 43,18% lebih tinggi 2,27% dari konsumen dengan penghasilan <Rp. 5.000.000/panen. Hal ini berarti tingkat

penghasilan rendah maupun tinggi, tidak berpengaruh terhadap pembelian benih jagung manis Talenta. Petani yang memiliki penghasilan rendah juga memiliki daya beli yang sama dengan petani yang berpenghasilan tinggi. Tingkat kepercayaan merupakan faktor yang mempengaruhi daya beli konsumen. Sebagian besar petani percaya terhadap benih jagung manis Talenta sehingga tidak ragu untuk melakukan pembelian. Hal tersebut diperkuat dengan hasil analisis yang tersaji pada Tabel 12.

Tabel 10. Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

No	Tingkat Penghasilan (Rp)/panen	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 5.000.000	18	40,91
2	5.000.000 – 10.000.000	19	43,18
3	>10.000.000 – 20.000.000	5	11,36
4	>20.000.000 – 30.000.000	0	0,00
5	> 30.000.000	2	4,55
Total		44	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

5.2.6. Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian

Pengelompokan responden berdasarkan keputusan pembelian dimaksudkan untuk mengetahui siapa yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh petani konsumen benih jagung manis Talenta. Berikut tabel mengenai responden berdasarkan keputusan pembelian.

Tabel 11. Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian

No	Keputusan Pembelian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Keinginan Sendiri	40	90,91
2	Kelompok tani	0	0,00
3	Pengepul	4	9,09
Total		44	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 11, sebesar 90,91% petani memutuskan melakukan pembelian benih jagung manis Talenta karena keinginan sendiri, sedangkan sisanya 9,09% keputusan pengepul. Pengepul berperan dalam memberikan pinjaman benih kepada petani dan petani akan membayar setelah panen atau dikenal dengan istilah yarnen. Kelompok tani tidak berperan dalam memutuskan pembelian benih jagung manis, seluruhnya diserahkan oleh keputusan petani.

5.2.7. Responden Berdasarkan Kesetiaan Konsumen Dalam Membeli Benih Jagung Manis Talenta

Kesetiaan konsumen dalam membeli benih jagung manis Talenta diukur melalui respon dari responden apabila benih jagung manis Talenta tidak terdapat di toko yang biasa didatangi. Berikut merupakan pengelompokan responden berdasarkan kesetiaan dalam membeli benih jagung manis Talenta yang tersaji pada Tabel 12.

Tabel 12. Responden Berdasarkan Kesetiaan Konsumen dalam Membeli Benih Jagung Manis Talenta

No	Tingkat Kesetiaan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Menanam tanaman lain	1	2,27
2	Mencari benih jagung manis ke tempat lain	42	95,46
3	Membuat benih sendiri	1	2,27
Total		44	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Hasil yang ditunjukkan pada Tabel 12 bahwa petani sangat setia terhadap benih jagung manis Talenta. Hal ini ditunjukkan dengan persentase petani yang mencari benih jagung manis Talenta ke tempat lain sebesar 95,46%. Petani yang menanam tanaman lain beralasan bahwa jagung manis dapat diganti dengan tanaman sayuran seperti brokoli, pare, kacang panjang, kedelai, dan lainnya. Sedangkan petani yang membuat benih sendiri beralasan bahwa memiliki teman yang mampu membuat benih sendiri dan ingin belajar mencoba membuat benih sendiri.

5.3. Hasil Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji *Cochran Q-test*. Uji *Cochran Q-test* digunakan untuk mengetahui atribut apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian benih jagung manis. Konsumen tidak hanya membeli suatu produk benih jagung manis, tetapi sudah mempertimbangkan atribut-atribut apa yang dipertimbangkan terhadap suatu produk benih jagung manis yang tentunya berbeda dengan atribut-atribut produk lainnya.

Terdapat 24 atribut yang diujikan kepada 52 responden petani jagung manis. Atribut-atribut tersebut adalah jumlah biji per kemasan, bentuk tanaman jagung,

kuantitas hasil produksi, ketahanan tanaman terhadap hama, ketahanan tanaman terhadap penyakit, ketahanan simpan (klobot awet hijau), umur panen tanaman, daya tumbuh, ukuran/bobot tongkol, jumlah tongkol per tanaman, panjang tongkol, ujung tongkol penuh (mepet), tebal/tipisnya klobot, warna biji jagung manis, kemanisan/kadar gula, tebal/tipisnya daging buah (rendemen biji serut), tampilan kemasan, berat kemasan, nama merk dagang, harga, nama produsen, masa kadaluarsa benih, garansi penggantian produk baru, ketersediaan (*stock*) di toko. Tahap pertama pengujian yaitu responden diberi pertanyaan-pertanyaan tertutup dengan jawaban YA memiliki skor 1 dan TIDAK memiliki skor 0. Jawaban responden terhadap uji *Cochran Q-test* tersaji pada Lampiran 3. Berikut disajikan tabel hasil uji *Cochran Q-test*.

Tabel 13. Hasil Pengujian *Cochran Q-test*

Pengujian	Atribut yang Dihilangkan	Q Hitung	Q Tabel ($\alpha = 0,1$)	Asymp. Sig.
1	-	186.371	32.007	0,000
2	Tampilan kemasan	146.570	30.813	
3	Nama produsen	120.372	29.615	0,000
4	Kemanisan/kadar gula	102.067	28.412	0,000
5	Garansi penggantian produk (retur)	81.333	27.204	0,000
6	Panjang tongkol	62.784	25.989	0,000
7	Tebal/tipisnya klobot	46.837	24.769	0,000
8	Jumlah biji per kemasan	40.700	23.542	0,001
9	Ketersediaan di toko	33.153	22.307	0,004
10	Jumlah tongkol per tanaman	29.594	21.064	0,009
11	Harga	25.585	19.812	0,019
12	Nama merk dagang	22.355	18.549	0,034
13	Daya tumbuh	18.333	17.275	0,074
14	Masa kadaluarsa benih	15.149	15.987	0,127

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Atribut-atribut valid dapat ditentukan dengan melihat nilai probabilitas atau Asymp Sig dengan nilai signifikansi p-value (0,1). Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,1, maka H_0 diterima. Sedangkan jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,1, maka H_0 ditolak. Selain itu, dapat ditentukan juga dengan melihat nilai Q hitung yang dibandingkan dengan Q tabel. Apabila Q hitung lebih besar dari Q tabel, maka H_0 ditolak. Sebaliknya, jika Q hitung lebih kecil dari Q tabel, maka H_0 diterima. Pengujian dilakukan dengan menghilangkan atribut yang tidak valid

satu persatu berdasarkan jawaban YA paling sedikit atau jawaban TIDAK paling banyak.

Berdasarkan Tabel 13, uji *Cochran Q-test* dilakukan sebanyak 14 kali pengujian dengan menghilangkan 13 atribut yang tidak valid. Atribut-atribut tersebut adalah tampilan kemasan, nama produsen, kemanisan/kadar gula, garansi penggantian produk (retur), panjang tongkol, tebal/tipisnya klobot, jumlah biji per kemasan, ketersediaan di toko, jumlah tongkol per tanaman, harga, nama merk dagang, daya tumbuh, dan masa kadaluarsa benih. Atribut-atribut tersebut dianggap tidak valid atau tidak dipertimbangkan oleh petani jagung manis. Sedangkan atribut-atribut yang dipertimbangkan oleh petani jagung manis sebanyak 11 atribut yakni bentuk tanaman jagung, kuantitas hasil produksi, daya tahan terhadap hama, daya tahan terhadap penyakit, ketahanan simpan (klobot awet hijau), umur panen tanaman, ukuran/bobot tongkol, ujung tongkol penuh (mepet), warna biji jagung manis, tebal/tipisnya daging buah, dan berat kemasan.

5.4. Hasil Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen

Seorang konsumen pasti menginginkan suatu produk yang sesuai dengan keinginan. Keinginan tersebut adalah harapan konsumen terhadap suatu produk. Tingkat kepentingan konsumen adalah harapan konsumen dalam kaitannya dengan atribut produk benih jagung manis Talenta. Sehingga penting untuk mengetahui tingkat kepentingan konsumen supaya harapan konsumen tentang benih jagung manis Talenta dapat terpenuhi. Secara rinci, jawaban responden terhadap tingkat kepentingan tersaji pada Lampiran 4. Data mengenai tingkat kepentingan konsumen benih jagung manis Talenta telah disajikan pada Tabel 15.

Berdasarkan Tabel 14, skor rata-rata dari 11 atribut yang dipertimbangkan konsumen sebesar 4,33. Terdapat 7 atribut yang skor rata-ratanya di atas 4,33 yakni kuantitas hasil produksi (5,00), daya tahan hama (4,95), daya tahan penyakit (5,00), umur panen (4,95), bobot tongkol (4,34), ujung tongkol penuh (4,81), dan ketebalan daging buah (4,77). Atribut-atribut yang skor rata-ratanya di atas 4,33, berarti atribut-atribut tersebut dianggap penting oleh responden dalam menggunakan benih jagung manis Talenta. Hal tersebut berhubungan erat dengan pendapatan yang didapat petani sebagai konsumen benih jagung manis Talenta.

Atribut daya tahan hama dan penyakit berhubungan erat dengan kuantitas hasil produksi, semakin tanaman tahan hama dan penyakit, kuantitas hasil produksi yang didapatkan akan maksimal, sehingga pendapatan konsumen akan lebih tinggi. Atribut umur panen berhubungan dengan perputaran uang karena panen yang cepat juga akan cepat mendapatkan uang. Atribut bobot tongkol, ujung tongkol penuh, dan ketebalan daging berhubungan dengan selera pasar.

Tabel 14. Tingkat Kepentingan Konsumen Benih Jagung Manis Talenta

NO	ATRIBUT	KEPENTINGAN KONSUMEN					Σ	RATA-RATA
		SP	P	CP	KP	TP		
		5	4	3	2	1		
1	Bentuk Tanaman Jagung	26	6	8	2	2	184	4,18
2	Kuantitas Hasil Produksi	44	0	0	0	0	220	5,00
3	Daya Tahan Hama	43	0	1	0	0	218	4,95
4	Daya Tahan Penyakit	44	0	0	0	0	220	5,00
5	Daya Tahan Simpan Klobot	25	3	10	3	3	176	4,00
6	Umur Panen	42	2	0	0	0	218	4,95
7	Bobot Tongkol	35	0	0	7	2	191	4,34
8	Ujung Tongkol Penuh	40	2	1	0	1	212	4,81
9	Warna Kuning Biji Tanaman	5	9	16	11	3	134	3,04
10	Ketebalan Daging Buah	38	4	1	0	1	210	4,77
11	Berat Kemasan	5	0	14	20	5	112	2,54
Rata-Rata							190,45	4,33

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Keterangan: SP = Sangat Penting ; P = Penting ; CP = Cukup Penting ; KP = Kurang Penting ; TP = Tidak Penting

Atribut-atribut yang skor rata-ratanya dibawah 4,33, berarti atribut-atribut tersebut dianggap kurang penting atau bahkan tidak penting menurut responden karena dianggap kurang memberikan kontribusi terhadap usahatani jagung manis. Adapun atribut-atribut yang rata-rata skornya di bawah 4,33 meliputi bentuk tanaman jagung (4,18), daya tahan simpan klobot (4,00), warna kuning biji tanaman (3,04), dan berat kemasan (2,54). Atribut bentuk tanaman jagung dianggap kurang penting dikarenakan petani lebih memprioritaskan kuantitas hasil panen dibandingkan bentuk tanaman jagung manis. Atribut daya tahan simpan klobot dan warna kuning biji dianggap kurang penting dikarenakan sebagian besar petani langsung menjual hasil panen baik ke pengepul maupun ke pasar. Atribut berat kemasan dianggap tidak penting oleh petani dikarenakan petani membeli

benih jagung Talenta dengan berat kemasan sesuai yang dijual di toko yaitu kemasan 250 gram.

5.5. Hasil Analisis Tingkat Kinerja Benih Jagung Manis Talenta

Responden diberikan beberapa pertanyaan mengenai kinerja 11 atribut yang dipertimbangkan konsumen benih jagung manis Talenta. Jawaban dari responden mengenai kenyataan yang dirasakan atau dialami setelah menggunakan benih jagung manis Talenta merupakan tingkat kinerja benih jagung manis Talenta. Tujuan dilakukan analisis ini adalah untuk mengetahui seberapa besar atribut-atribut yang dipertimbangkan dalam benih jagung manis Talenta bekerja dengan baik sesuai kinerja masing-masing atribut. Hasil dari analisis tingkat kinerja tersaji pada Tabel 15. Secara rinci, jawaban responden terhadap tingkat kepentingan tersaji pada Lampiran 5.

Tabel 15. Tingkat Kinerja Benih Jagung Manis Talenta

NO	ATRIBUT	KINERJA ATRIBUT PRODUK					Σ	RATA-RATA
		SB	B	CB	KB	TB		
		5	4	3	2	1		
1	Bentuk Tanaman Jagung	17	27	0	0	0	193	4,38
2	Kuantitas Hasil Produksi	0	1	5	18	20	75	1,70
3	Daya Tahan Hama	36	6	2	0	0	210	4,77
4	Daya Tahan Penyakit	20	11	7	5	1	176	4,00
5	Daya Tahan Simpan Klobot	3	0	15	23	3	109	2,47
6	Umur Panen	41	3	0	0	0	217	4,93
7	Bobot Tongkol	30	14	0	0	0	206	4,68
8	Ujung Tongkol Penuh	39	5	0	0	0	215	4,88
9	Warna Kuning Biji Tanaman	0	14	11	19	0	127	2,88
10	Ketebalan Daging Buah	33	10	1	0	0	208	4,73
11	Berat Kemasan	44	0	0	0	0	220	5,00
Rata-Rata							177,73	4,04

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Keterangan: SB = Sangat Baik ; B = Baik ; CB = Cukup Baik ; KB = Kurang Baik ; TB = Tidak Baik

Berdasarkan Tabel 15, dapat diketahui bahwa skor rata-rata kinerja atribut produk sebesar 4,04. Terdapat 8 atribut yang skor rata-ratanya diatas 4,04 yakni bentuk tanaman jagung (4,38), daya tahan hama (4,77), daya tahan penyakit (4,00), umur panen (4,93), bobot tongkol (4,68), ujung tongkol penuh (4,88), ketebalan daging buah (4,70), dan berat kemasan (5,00). Atribut-atribut tersebut

memiliki tingkat kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan atribut lain, seperti kuantitas hasil produksi (1,70), daya tahan simpan klobot (2,47), dan warna kuning biji tanaman (2,88). Ketiga atribut tersebut skor rata-ratanya di bawah 4,04 yang artinya tingkat kinerja masih belum baik.

Atribut-atribut yang memiliki skor di atas rata-rata seperti bentuk tanaman jagung, daya tahan hama, daya tahan penyakit, umur panen, bobot tongkol, ujung tongkol penuh, ketebalan daging buah, dan berat kemasan, tingkat kinerja produk pada kenyataannya telah mencapai kinerja baik dan memuaskan konsumen. Sedangkan atribut-atribut yang memiliki skor di bawah rata-rata seperti kuantitas hasil produksi, daya tahan simpan klobot, dan warna kuning biji tanaman, tingkat kinerja produk pada kenyataannya belum mencapai kinerja yang baik. Tingkat kinerja atribut kuantitas hasil produksi belum baik dikarenakan hasil panen per hektar rata-rata hanya mencapai 14 ton. Jumlah tersebut masih dianggap kurang baik karena hasil panen jagung manis masih bisa ditingkatkan hingga mencapai 18 ton. Peningkatan hasil produksi dapat dilakukan dengan melakukan perawatan yang lebih baik, pemupukan yang tepat, pengairan yang baik, serta pemberian bakterisida untuk menyuburkan tanah sehingga tanaman dapat tumbuh dengan baik dan tahan penyakit bulai. Atribut daya tahan simpan klobot masih belum baik kinerjanya dikarenakan hanya mampu bertahan maksimal 3 hari. Menurut petani, jagung manis dapat tahan lama awet hijau klobotnya jika penyimpanannya baik yaitu disimpan ditempat teduh seperti didalam rumah kemudian ditutupi terpal. Atribut warna biji jagung manis masih belum baik kinerjanya dikarenakan warna yang dikehendaki adalah kuning orange tetapi kenyataannya warna biji jagug manis kuning muda - kuning.

5.6. Pengukuran Tingkat Kesenjangan (GAP) Menggunakan Importance Performance Analysis

Pengukuran tingkat kesenjangan konsumen diperoleh dari nilai GAP antara skor rata-rata tingkat kinerja produk (X) dan skor rata-rata tingkat kepentingan konsumen (Y). Semakin kecil selisih nilai kesenjangan (GAP) antara tingkat kinerja produk dan tingkat kepentingan konsumen menunjukkan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi (positif), sedangkan semakin besar selisih nilai kesenjangan (GAP) antara tingkat kinerja produk dan tingkat kepentingan konsumen menunjukkan tingkat kepuasan konsumen yang rendah (negatif). Setelah

melakukan analisis tingkat kesenjangan (GAP), kemudian menganalisis tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan. Analisis tingkat kesesuaian dihitung dengan cara membagi skor kinerja (X) dengan skor kepentingan (Y) dan hasilnya dikali 100%. Tujuan dilakukan analisis tingkat kesesuaian adalah mengetahui seberapa besar petani akan merasa sesuai terhadap atribut yang diujikan. Apabila suatu atribut memiliki tingkat kesesuaian tinggi, maka tingkat kepuasan juga tinggi, begitu pula sebaliknya. Berikut merupakan hasil tingkat kesenjangan yang disajikan pada Tabel 16.

Tabel 16. Tingkat Kesenjangan (GAP) dan Tingkat Kesesuaian Menggunakan IPA

No	Atribut	X rata-rata	Y rata-rata	GAP	Tk. Kesesuaian (%)
1	Bentuk Tanaman Jagung	4,38	4,18	0,20	104,78
2	Kuantitas Hasil Produksi	1,70	5,00	-3,30	34,00
3	Daya Tahan Hama	4,77	4,95	-0,18	96,36
4	Daya Tahan Penyakit	4,00	5,00	-1,00	80,00
5	Daya Tahan Simpan Klobot	2,47	4,00	-1,53	61,75
6	Umur Panen	4,93	4,95	-0,02	99,60
7	Bobot Tongkol	4,68	4,34	0,34	107,83
8	Ujung Tongkol Penuh	4,88	4,81	0,07	101,45
9	Warna Kuning Biji Tanaman	2,88	3,04	-0,16	94,73
10	Ketebalan Daging Buah	4,73	4,77	-0,04	99,16
11	Berat Kemasan	5,00	2,54	2,46	196,85
Rata-rata		4,04	4,33	-0,29	97,86

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Engel (1990) dalam Mardalis (2005) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi setelah pembelian dimana produk yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kotler (2005) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau tidak senang seseorang setelah membandingkan antara hasil (kinerja) produk yang dirasakan dengan hasil (kinerja) yang diharapkan. Jika kinerja yang dirasakan di atas harapan, seorang pelanggan akan puas. Sebaliknya, kinerja yang dirasakan di bawah harapan, seorang pelanggan merasa tidak puas.

Berdasarkan hasil yang tersaji pada Tabel 16 dijabarkan sebagai berikut:

1. Bentuk Tanaman Jagung

Nilai tingkat kesesuaian untuk atribut bentuk tanaman jagung sebesar 104,78% dan nilai kesenjangan (GAP) positif. Nilai tersebut menunjukkan bahwa

konsumen merasa sesuai terhadap atribut ini. Hal ini didukung dengan pernyataan responden mengenai bentuk tanaman jagung manis Talenta saat pertumbuhan normal bahwa tinggi tanaman berkisar 1,5-2,0 meter, berdaun lebat, memiliki batang kekar, dan akar yang kuat. Petani mengatakan bahwa tanaman jagung manis yang berdaun lebat, proses fotosintesis berjalan baik. Selain itu, tanaman jagung manis Talenta tidak mudah roboh saat diterpa hujan dan angin karena memiliki tinggi sekitar 1,5-2,0 meter, batang kekar dan akar yang kuat.

2. Kuantitas Hasil Produksi

Nilai tingkat kesesuaian atribut kuantitas hasil produksi sebesar 34,00% dan nilai kesenjangan (GAP) negatif. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa kurang sesuai, harapan konsumen tinggi tetapi kinerja atribut ini tidak baik. Hal ini disebabkan karena kuantitas hasil produksi jagung manis dapat mencapai >18 ton/ha, tetapi pada kenyataannya kuantitas hasil produksi jagung manis yang ditanam oleh petani hanya mencapai ≤ 14 ton/ha. Sebagian besar petani beralasan penyebab kurang maksimalnya hasil produksi karena faktor cuaca yang tidak menentu (hujan, panas, kemudian hujan lagi), serangan penyakit bulai, dan pemberian pupuk yang kurang tepat. Harapan/kepentingan petani tentang atribut ini dinilai oleh petani sangat penting karena petani menginginkan hasil produksi tinggi supaya pendapatan juga tinggi.

3. Daya Tahan Hama

Nilai tingkat kesesuaian atribut ini sebesar 96,36% dan nilai kesenjangan (GAP) negatif. Konsumen merasa kurang sesuai terhadap kinerja atribut ini. Hal ini dikarenakan beberapa responden mengeluhkan serangan ulat menjelang musim panen dan saat terjadi musim peralihan kemarau ke hujan atau sebaliknya. Pada saat menjelang panen, ulat menyerang ujung tongkol dan menyebabkan kerusakan fisik pada tongkol. Sedangkan saat musim peralihan yaitu kemarau ke hujan atau sebaliknya, ulat berlindung dibalik daun dan menyebabkan daun menggulung sehingga pertumbuhan menjadi terganggu seperti yang tersaji pada Lampiran 7. Beberapa responden sudah dapat menangani masalah tersebut dengan penyemprotan obat pada saat musim peralihan atau pemberian furadan pada benih jagung manis sebelum ditanam.

4. Daya Tahan Penyakit

Nilai tingkat kesesuaian atribut ini sebesar 80,00% dan nilai kesenjangan (GAP) negatif. Nilai tersebut mengindikasikan konsumen merasa kurang sesuai terhadap kinerja atribut ini. Sebagian besar konsumen mengeluhkan serangan bulai terjadi karena faktor cuaca yaitu panas terik kemudian hujan atau sebaliknya. Selain itu, ada responden yang menyatakan penyebab bulai terjadi karena faktor benih. Hal tersebut telah dibuktikan dengan penanaman 2 benih pada satu lubang yang sama dan saat tumbuh, salah satunya terkena bulai. Tetapi, beberapa responden menjelaskan penyakit bulai dapat dicegah dengan penyuburan tanah yaitu pemberian pupuk kandang, bakterisida, virusida atau pemberian obat yang telah dilarutkan ke air dan dicampurkan ke benih sebelum ditanam.

5. Daya Tahan Simpan Klobot

Nilai tingkat kesesuaian atribut ini sebesar 61,75% dan nilai kesenjangan (GAP) negatif. Nilai tersebut berarti konsumen merasa kurang sesuai terhadap kinerja atribut ini. Hal ini terjadi karena sebagian besar petani menjual langsung hasil panen ke pasar induk di Kecamatan Pare dan mengharapkan jagung manis dapat tetap segar setelah sampai di pasar induk. Ada juga petani yang menyimpan hasil panen untuk dapat dijual ke pasar induk pada pagi hari karena harga jualnya lebih tinggi dibandingkan siang atau sore hari.

6. Umur Panen

Nilai tingkat kesesuaian atribut ini sebesar 99,60% dan nilai kesenjangan (GAP) negatif. Nilai tersebut berarti konsumen merasa kurang sesuai terhadap kinerja atribut ini. Sebagian besar petani menyukai masa panen <75 hst karena jika lebih akan menyebabkan jagung manis yang dipanen terlalu tua dan menurunkan harga jual. Tetapi, beberapa petani mengalami masa panen >75 hst. Menurut petani, hal ini terjadi karena faktor lingkungan yaitu suhu yang berubah dan menyebabkan pertumbuhan tidak normal. Oleh karena itu, nilai tingkat kesesuaian atribut ini <100% dan nilai kesenjangan negatif

7. Bobot Tongkol

Nilai tingkat kesesuaian atribut ini sebesar 107,83% dan nilai kesenjangan positif. Nilai tersebut menandakan bahwa konsumen merasa sesuai terhadap

kinerja atribut ini. Tongkol jagung manis yang disukai di pasaran yaitu <4 tongkol per kg. Sedangkan bobot tongkol jagung manis Talenta rata-rata 3 tongkol per kg.

8. Ujung Tongkol Penuh

Nilai tingkat kesesuaian atribut ini sebesar 101,45% dan nilai kesenjangan positif. Nilai tersebut berarti konsumen merasa sesuai terhadap kinerja atribut ini. Hal ini dikarenakan ujung tongkol jagung manis Talenta penuh atau mepet <1cm. Ujung tongkol penuh disukai oleh konsumen dan laku di pasaran.

9. Warna Kuning Biji Tanaman

Nilai tingkat kesesuaian atribut ini sebesar 94,73% dan nilai kesenjangan negatif. Nilai tersebut berarti konsumen merasa kurang sesuai terhadap kinerja atribut ini. Hal ini dikarenakan warna kuning biji jagung manis yang baik yaitu kuning tua hingga kuning orange. Tetapi, beberapa responden mengatakan bahwa warna biji jagung manis hasil panennya kuning muda. Warna tersebut dirasa oleh petani terlalu muda untuk dipanen.

10. Ketebalan Daging Buah

Nilai tingkat kesesuaian atribut ini sebesar 99,16% dan nilai kesenjangan negatif. Nilai tersebut berarti konsumen merasa kurang sesuai terhadap kinerja atribut ini. Hal ini dikarenakan responden mengharapkan tongkol yang memiliki daging buah tebal, janggél kecil dan klobot tipis sesuai dengan selera pasar. Akan tetapi, masih ada responden yang mendapatkan hasil tongkolnya memiliki janggél yang besar ataupun klobot yang tebal. Menurut petani, faktor pupuk dan jarak tanam yang mempengaruhi ketebalan daging buah, janggél dan klobot.

11. Berat Kemasan

Nilai tingkat kesesuaian atribut ini sebesar 196,85% dan nilai kesenjangan positif. Nilai tersebut berarti konsumen merasa sesuai terhadap kinerja atribut ini. Hal ini dikarenakan sebagian besar responden tidak terlalu mementingkan berat kemasan benih jagung manis. Tetapi ada beberapa responden yang mementingkan berat kemasan pada usahatani jagung manis. Hal tersebut berhubungan dengan kebutuhan benih per hektar, 1 hektar membutuhkan 35 bungkus benih jagung manis kemasan 250 gram.

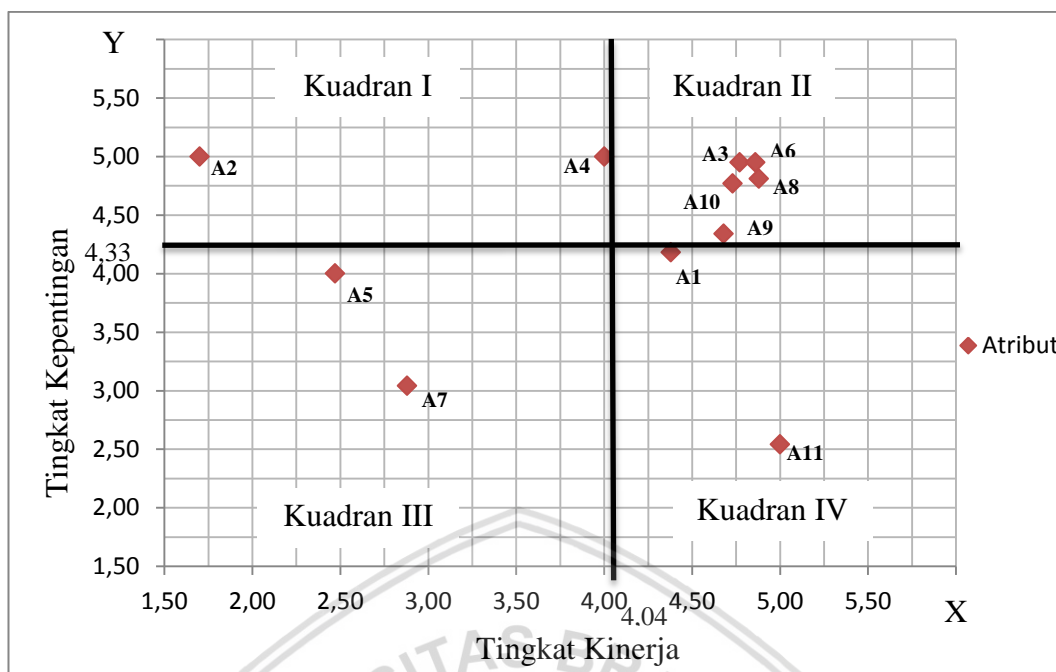
Pada Tabel 16, nilai rata-rata tingkat kesenjangan (GAP) 11 atribut adalah -0,29. Terdapat 8 atribut dengan nilai kesenjangan (GAP) lebih dari -0,29 yaitu

Bentuk Tanaman Jagung (0,20), Daya Tahan Hama (-0,18), Umur Panen (-0,09), Bobot Tongkol (0,34), Ujung Tongkol Penuh (0,07), Warna Kuning Biji Tanaman (-0,16), Kebetulan Daging Buah (-0,04), dan Berat Kemasan (2,46). Atribut-atribut tersebut dapat dikatakan mendapatkan nilai kepuasan konsumen yang tinggi. Sedangkan 3 atribut dengan nilai kesenjangan (GAP) kurang dari -0,29 yaitu Kuantitas Hasil Produksi (-3,30), Daya Tahan Penyakit (-1,00), dan Daya Tahan Simpan Klobot (-1,53) mendapatkan nilai kepuasan konsumen yang rendah.

Atribut-atribut yang ada pada benih jagung manis Talenta, sebagian besar memiliki nilai kepuasan konsumen yang tinggi. Sebanyak 8 atribut dari 11 atribut yang dipertimbangkan memiliki nilai kesenjangan diatas nilai rata-rata. Hasil tersebut didukung dengan data yang tersaji pada Tabel 14, yaitu sebanyak 95,46% responden mencari benih jagung manis Talenta ke tempat lain ketika tidak terdapat di toko yang biasa dibeli. Jadi dapat disimpulkan bahwa banyak responden melakukan pembelian benih jagung manis Talena karena kinerja atribut-atribut yang baik sehingga konsumen puas.

5.7. Hasil Pemetaan Prioritas Pembenahan Atribut Menggunakan Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu bangunan yang terdiri dari 4 kuadran yang terbagi oleh 2 garis yang berpotongan tegak lurus pada titik X dan Y. Titik X adalah rata-rata skor tingkat kinerja, sedangkan titik Y adalah rata-rata skor tingkat kepentingan (Supranto, 2006). Empat kuadran tersebut adalah kuadran I, kuadran II, kuadran III, dan kuadran IV. Tujuan pemetaan ini adalah mengetahui respon konsumen terhadap atribut-atribut yang diplotkan berdasarkan rata-rata tingkat kinerja dan rata-rata tingkat kepentingan. Kemudian dapat diketahui atribut mana yang harus diperbaiki dan dipertahankan kinerjanya oleh perusahaan. Berdasarkan hasil analisis diagram kartesius, maka dapat diketahui atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran I, II, III, IV serta implikasinya terhadap hasil tersebut. Atribut-atribut yang terdapat pada masing-masing kuadran dapat lihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Diagram Kartesius
Sumber: Analisis Data Primer, 2018

Keterangan:

- | | |
|-------------------------------|--------------------------------|
| A1 : Bentuk Tanaman Jagung | A7 : Bobot Tongkol |
| A2 : Kuantitas Hasil Produksi | A8 : Ujung Tongkol Penuh |
| A3 : Daya Tahan Hama | A9 : Warna Kuning Biji Tanaman |
| A4 : Daya Tahan Penyakit | A10 : Ketebalan Daging Buah |
| A5 : Daya Tahan Simpan Klobot | A11 : Berat Kemasan |
| A6 : Umur Panen | |

Penjelasan mengenai kuadran-kuadran pada Gambar 10 sebagai berikut:

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut-atribut pada kuadran I dianggap penting oleh petani tetapi kenyataannya atribut-atribut ini kinerjanya belum sesuai dengan apa yang diharapkan petani (tingkat kinerja rendah). Pada kuadran I tingkat kinerja berada di bawah rata-rata tetapi tingkat kepentingannya tinggi, sehingga kinerja pada kuadran ini merupakan prioritas utama untuk diperbaiki guna meningkatkan kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan bahwa atribut kuantitas hasil produksi (A2) dan daya tahan penyakit (A4) termasuk dalam kuadran I.

Atribut kuantitas hasil produksi dan daya tahan penyakit memiliki tingkat kepentingan yang sangat penting menurut petani, dengan skor kepentingan yaitu 5,00, dapat dilihat pada Tabel 15. Tetapi kinerja dari kedua atribut masih di bawah

rata-rata yaitu masing-masing secara berurutan memiliki skor 1,70 dan 4,00. Petani sangat menginginkan hasil produksi yang tinggi untuk mendapatkan pendapatan yang tinggi. Adanya penyakit bulai dapat mengurangi kuantitas hasil produksi karena belum ada obat yang efektif untuk mengobati tanaman jagung manis yang terkena penyakit bulai. Masih banyak tanaman jagung manis petani yang terkena penyakit bulai.

Atribut kuantitas hasil produksi dan daya tahan penyakit dianggap sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen. Manajemen wajib mempertimbangkan kedua atribut tersebut untuk manajemen pemasaran yang akan datang. Diharapkan kepuasan konsumen terhadap atribut ini dapat meningkat.

Perusahaan perlu melakukan perbaikan kualitas benih jagung manis Talenta dalam hal teknik produksi benih jagung manis. Menurut Syukur (2013), dalam memproduksi benih jagung manis hibrida perlu memperhatikan faktor-faktor sebagai berikut: (1) Pemilihan lokasi yang tepat, tempat penanaman harus bersih dari benih-benih jagung manis lain, hama, penyakit, tanah harus subur, cukup air, serta irigasi dan drainase yang baik. (2) Isolasi dari pertanaman jagung manis lainnya untuk menghindari terjadinya kontaminasi penyerbukan dari polen yang tidak diinginkan. (3) Perbandingan jumlah baris antara tanaman galur murni A (sebagai betina) dan galur murni B (sebagai jantan) pada produksi benih F1. (4) Arah barisan tanaman untuk meningkatkan penyebaran polen. (5) Sinkronisasi pembungaan, bunga betina dari tanaman betina harus muncul bersamaan dengan munculnya bunga jantan dari tanaman jantan. (6) Pemotongan bunga jantan (*detaselling*) yaitu pembungaan bunga jantan pada tanaman yang dijadikan betina. (7) Panen benih yang dilakukan saat benih sudah matang fisiologis, dicirikan oleh klobot yang telah kering dan biji telah keriput. Selain itu tujuh faktor diatas, diperlukan tenaga kerja yang terampil dalam *detaselling*, perawatan, panen, dan pascapanen.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut-atribut pada kuadran II memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang tinggi. Produsen harus mempertahankan atribut yang berada pada kuadran ini. Atribut-atribut tersebut memiliki kekuatan untuk menjadikan benih jagung manis Talenta unggul di mata konsumen. Atribut-atribut yang terdapat ada

kuadran II yakni daya tahan hama (A3), umur panen (A6), bobot tongkol (A7), ujung tongkol penuh (A8), dan ketebalan daging buah (A10).

Atribut daya tahan hama dianggap sangat penting oleh petani karena mempengaruhi kuantitas hasil produksi dan kinerja atribut ini sesuai dengan harapan petani yakni tahan hama. Atribut umur panen, bobot tongkol, ujung tongkol penuh, dan ketebalan daging buah dianggap sangat penting oleh petani karena mempengaruhi selera konsumen dan tingkat daya jual jagung manis. Atribut umur panen jagung manis Talenta sesuai dengan harapan petani sekitar 70-74 hst. Atribut bobot tongkol yang disukai konsumen dalam kemasan 1 kg berisi 3 tongkol. Atribut ujung tongkol penuh yang disukai konsumen adalah ujung mepet <1cm. Atribut ketebalan daging buah sesuai dengan harapan petani yakni tongkol yang disukai konsumen memiliki daging buah tebal, janggol kecil dan klobot tipis. Selain penjelasan di atas, diperkuat dengan hasil pada Tabel 15 bahwa atribut daya tahan hama, umur panen, bobot tongkol, ujung tongkol penuh, dan ketebalan daging buah memiliki skor rata-rata tingkat kinerja, tingkat kepentingan dan tingkat kesenjangan (GAP) di atas rata-rata. Oleh karena itu, kelima atribut termasuk dalam kuadran II.

Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran II telah dilaksanakan baik oleh perusahaan jagung manis Talenta karena konsumen merasa puas. Perusahaan hanya perlu mempertahankan prestasi tersebut dan tidak perlu menambah atau mengurangi kinerja atribut dalam kuadran II yang dianggap sebagai kekuatan benih jagung manis Talenta.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III menunjukkan bahwa atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini, memiliki tingkat kepentingan rendah dan kinerja rendah. Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran III adalah daya tahan simpan klobot (A5) dan warna kuning biji tanaman (A9). Kedua atribut memiliki skor rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan di bawah rata-rata. Konsumen tidak terlalu menganggap penting atribut tersebut karena konsumen lebih menaruh perhatian pada atribut-atribut lain yang memiliki manfaat cukup besar terhadap usahatani jagung manis seperti kuantitas hasil produksi dan daya tahan penyakit. Manajemen perusahaan

benih jagung manis Talenta yaitu Agri Makmur Pertiwi tidak perlu memprioritaskan atribut daya tahan simpan klobot dan warna kuning biji tanaman.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran IV menunjukkan bahwa atribut-atribut yang ada pada kuadran ini dinilai oleh responden kinerjanya berlebihan dalam pelaksanaannya, namun tingkat kepentingannya rendah. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran IV yakni bentuk tanaman jagung (A1) dan berat kemasan (A11). Kedua atribut memiliki skor rata-rata tingkat kinerja di atas rata-rata namun skor rata-rata tingkat kepentingannya di bawah rata-rata. Peningkatan kinerja pada atribut-atribut ini hanya akan menyebabkan terjadinya pemborosan sumberdaya pada perusahaan Agri Makmur Pertiwi.

Setelah dilakukan analisis tentang kesebelas atribut, dapat disimpulkan bahwa persepsi antar petani tentang budidaya jagung manis Talenta masih berbeda. Hal tersebut dapat dilihat dari perbedaan persepsi antar petani tentang atribut benih jagung manis Talenta. Budidaya tanaman jagung perlu ditunjang pancausaha serta faktor usaha lain seperti penyuluhan, perkreditan, kelembagaan, pengolahan hasil, dan pemasaran (AAK, 1993). Penyuluhan adalah suatu kegiatan yang menjamin agar terjadi peningkatan produksi pertanian, dicapai melalui cara merangsang petani untuk memanfaatkan teknologi produksi moderen dan ilmiah yang dikembangkan melalui penelitian (Van Den Ban dan Hawkins, 1996). Peranan agen penyuluhan pertanian adalah membantu petani membentuk pendapat yang sehat dan membuat keputusan yang baik dengan cara berkomunikasi dan memberikan informasi yang diperlukan petani (Van Den Ban dan Hawkins, 1996). Petugas penyuluhan mempunyai korelasi yang sangat kuat terhadap keberhasilan suatu program. Menurut Bunch (2001) dalam Musyafak dan Ibrahim (2005), rancangan terbaik di dunia pun tidak akan menjadi program yang berhasil kalau petugasnya tidak berkemampuan dan kemauan untuk menjadikannya berhasil. Agen penyuluhan pertanian dapat berasal dari petani atau penyuluh profesional seperti pada program yang dikembangkan oleh Badan Litbang Pertanian yaitu Program Rintisan dan Akselerasi Pemasyarakatan Inovasi Teknologi Pertanian (PRIMA TANI).

Dalam konteks PRIMA TANI, agen penyuluhan dapat berasal dari petani (petani penyuluh), dan penyuluh profesional (penyuluh dinas), sedangkan peneliti/pengkaji berperan sebagai pendukung (Musyafak dan Ibrahim, 2005). Kelebihan menggunakan petani sebagai agen penyuluhan Bunch (2001) dalam Musyafak dan Ibrahim (2005) yaitu (1) petani lebih memahami secara detail tentang karakteristik masyarakat tani setempat, (2) mempunyai pengetahuan tentang ciri khas daerah, masyarakat, kelompok yang ada, (3) dapat menyampaikan pesan dengan bahasa yang sama dengan masyarakat tani setempat, (4) dapat memahami permasalahan masyarakat tani secara lebih tepat, (5) secara naluri dapat mengetahui bagaimana cara memotivasi petani lain, (6) sudah mempunyai dasar-dasar persahabatan dan hubungan baik dengan kelompok dan organisasi di dalam desa. Cara terbaik untuk memahami berbagai hal tentang warga desa adalah menjadi warga desa itu sendiri. Sedangkan permasalahannya adalah tidak semua petani dapat menjadi penyuluh, karena petani penyuluh harus mempunyai kemampuan lebih dibanding rata-rata petani lainnya. Strategi untuk memilih petani penyuluh adalah dengan menggunakan kriteria-kriteria sebagai berikut: (a) diutamakan petani yang berhasil, (b) mempunyai pengaruh dan citra kepribadian yang baik di desanya, (c) mempunyai rasa empati terhadap petani lain, (d) mempunyai kemauan dan motivasi yang tinggi untuk memajukan masyarakatnya, (e) dipilih lebih dari satu orang.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa perusahaan Agri Makmur Pertiwi dapat melakukan kegiatan penyuluhan supaya persepsi petani tentang budidaya jagung manis Talenta sama. Hal tersebut juga diharapkan akan berdampak pada persepsi petani tentang atribut benih jagung manis Talenta menjadi sama. Kegiatan penyuluhan bisa dilakukan oleh perusahaan Agri Makmur Pertiwi dengan bantuan agen penyuluh pertanian baik dari petani penyuluh atau penyuluh profesional.

5.8. Pengukuran Kepuasan Menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dilakukan setelah analisis *Importance Performance Analysis* (IPA). Analisis CSI digunakan untuk mengetahui persentase kepuasan petani terhadap atribut-atribut benih jagung manis Talenta. Kolom *Mean Satisfaction Score* didapatkan dari skor rata-rata

tingkat kinerja. Kolom *Mean Importance Score* didapatkan dari skor rata-rata tingkat kepentingan. Kolom *Weight Factors* didapatkan dari skor *Mean Importance Score* atribut dibagi dengan skor total *Mean Importance Score*, kemudian dikali 100. *Weight Score* didapatkan dari skor *Mean Satisfaction Score* dikali *Weight Factor*. Berikut adalah tabel perhitungan CSI.

Tabel 17. Perhitungan CSI Benih Jagung Manis Talenta

Atribut	<i>Mean Satisfaction Score</i>	<i>Mean Importance Score</i>	<i>Weighted Factors</i>	<i>Weighted Score</i>
1.	4,38	4,18	8,78	38,46
2.	1,70	5,00	10,51	17,87
3.	4,77	4,95	10,40	49,61
4.	4,00	5,00	10,51	42,04
5.	2,47	4,00	8,41	20,77
6.	4,93	4,95	10,40	51,27
7.	4,68	4,34	9,12	42,68
8.	4,88	4,81	10,12	49,39
9.	2,88	3,04	6,39	18,40
10.	4,73	4,77	10,02	47,39
11.	5,00	2,54	5,34	26,70
Σ	44,42	47,58	100	404,58
CSI	80,92 %			

Sumber: Analisis Data Primer, 2018

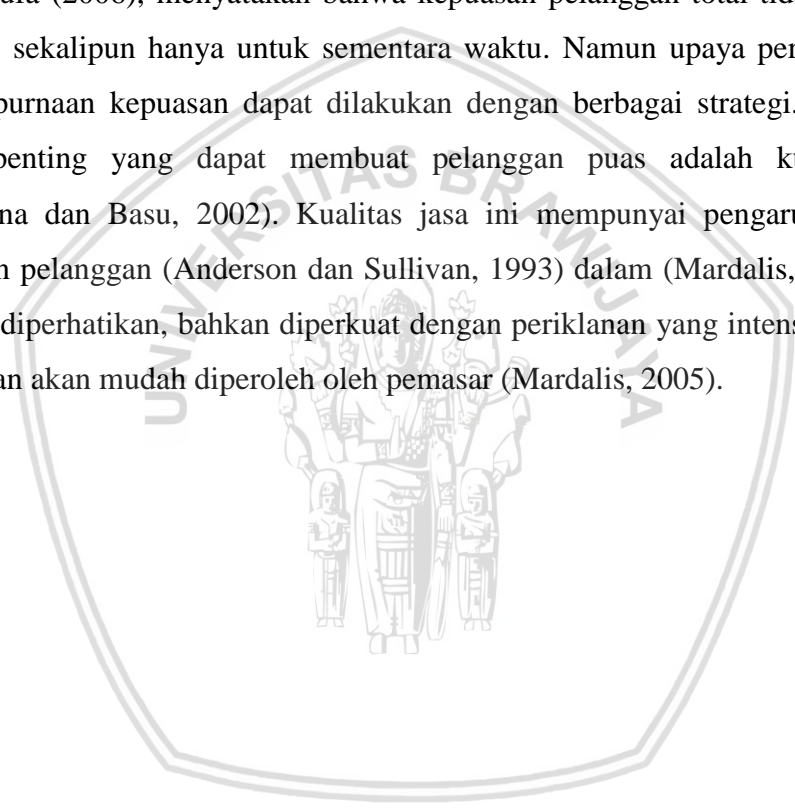
Berdasarkan Tabel 17, dapat disimpulkan bahwa nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah 80,92%. Nilai ini didapatkan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{CSI} &= \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{5} \times 100\% & \text{CSI} &= 80,92 \% \\
 \text{CSI} &= \frac{404,58}{5} \times 100\%
 \end{aligned}$$

Nilai tersebut jika dimasukkan ke dalam kriteria CSI pada Tabel 2, maka dapat disimpulkan bahwa indeks kepuasan konsumen benih jagung manis Talenta pada kriteria sangat puas. Secara keseluruhan konsumen sangat puas terhadap kinerja atribut-atribut yang terdapat pada benih jagung manis Talenta. Hal ini sejalan dengan data yang tersaji pada Tabel 11 bahwa 90,91% petani memutuskan sendiri untuk membeli benih jagung manis Talenta dan tidak ada paksaan dari pihak lain karena petani merasa puas dengan hasil yang didapat. Lebih lanjut, hasil pada Tabel 12 menunjukkan bahwa 95,46% responden petani setia mencari benih jagung manis Talenta ke tempat lain apabila stok di toko habis. Selain itu,

banyaknya atribut yang nilai tingkat kesenjangan lebih dari rata-rata juga berkontribusi terhadap kepuasan yang konsumen dapatkan dalam menggunakan benih jagung manis Talenta. Sebanyak 11 atribut yang diujikan, 6 atribut memiliki nilai tingkat kesenjangan di atas rata-rata yang artinya kepuasan konsumen tinggi terhadap kinerja atribut benih jagung manis Talenta.

Produsen benih jagung manis Talenta masih perlu meningkatkan kinerjanya hingga nilai indeks kepuasan konsumen mendekati 100. Upaya mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah. Mudie dan Cottam (1993) dalam Sufa (2006), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara waktu. Namun upaya perbaikan atau penyempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Salah satu faktor penting yang dapat membuat pelanggan puas adalah kualitas jasa (Shellyana dan Basu, 2002). Kualitas jasa ini mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Anderson dan Sullivan, 1993) dalam (Mardalis, 2005). Jika kualitas diperhatikan, bahkan diperkuat dengan periklanan yang intensif, loyalitas pelanggan akan mudah diperoleh oleh pemasar (Mardalis, 2005).



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA), atribut kuantitas hasil produksi dan daya tahan penyakit merupakan atribut prioritas utama yang perlu diperbaiki guna meningkatkan kinerja atribut sehingga sesuai dengan harapan/kepentingan konsumen yang tinggi. Rendahnya kinerja kedua atribut dikarenakan masih banyak tanaman jagung manis Talenta tidak tahan terhadap penyakit bulai sehingga menurunkan kuantitas hasil produksi hingga mencapai kurang lebih 22%.
2. Berdasarkan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) didapatkan nilai CSI sebesar 80,92%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa petani merasa sangat puas menggunakan benih jagung manis Talenta. Selain itu, kepuasan konsumen juga terlihat dari 95,46% petani mencari benih jagung manis Talenta di tempat lain ketika tidak ada stok di toko yang biasa dibeli.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut kuantitas hasil produksi dan daya tahan penyakit menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Sehingga perusahaan diharapkan melakukan perbaikan agar menghasilkan produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Kegiatan perbaikan dapat dilakukan dengan perbaikan teknik produksi benih jagung manis supaya didapatkan benih yang mempunyai hasil produksi tinggi dan tahan penyakit.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen sangat puas dengan produk benih jagung manis Talenta. Perusahaan diharapkan dapat mempertahankan citranya dengan cara meningkatkan kualitas jasa seperti garansi penggantian produk (retur), ketersediaan stok di toko dan perhatian perusahaan terhadap kebutuhan pelanggan.

3. Persepsi petani tentang budidaya tanaman jagung manis Talenta masih berbeda. Diharapkan perusahaan melakukan kegiatan penyuluhan untuk menyamakan persepsi baik petani lama atau petani baru tentang budidaya jagung manis Talenta yang baik dan benar.
4. Penelitian ini hanya membahas mengenai tingkat kepuasan konsumen, sehingga diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitiannya hingga membahas mengenai loyalitas konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- AAK. 1993. Budidaya Jagung. Jakarta: Kanisius.
- Alston, Margaret dan Bowles, Wendy. 2003. Research for Social Workers: An Introduction to Methods. London: Routledge.
- Arif, Alfiyan, Sugiharto, Noor, A., dan Widaryanto, Eko. 2014. Pengaruh Umur Transplanting Benih dan Pemberian Berbagai Macam Pupuk Nitrogen Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Jagung Manis (*Zea mays L. saccharata* Strut.). Jurnal Produksi Tanaman. 2 (1): 1-9.
- Arikunto dan Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Astuti Sri W. 2004. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- Badan Pusat Statistik. 2015. Produksi Jagung (Online). <https://www.bps.go.id/>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2018
- _____. 2017. Produksi Jagung (Online). <https://www.bps.go.id/>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2018
- Badan Pusat Statistik Jombang. 2016. Kecamatan Ngoro Dalam Angka. Katalog BPS: 1102001.3517.050
- Balitsereal Litbang Pertanian. 2016. Perkembangan Produksi dan Kebijakan Dalam Peningkatan Produksi Jagung (Online). <http://balitsereal.litbang.pertanian.go.id>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2018.
- Bantacut T. 2010. Ketahanan Pangan Berbasis Cassava. Pangan 19 (1).
- Bantacut T., Muammar T.A., Yasser R.F. 2015. Pengembangan Jagung untuk Ketahanan Pangan, Industri dan Ekonomi. Pangan 24 (2).
- BPPP Kemendag. 2017. Potret Jagung Indonesia: Menuju Swasembada Tahun 2017 (Online). http://bPPP.kemendag.go.id/media_content/2017/08/Potret_Jagung_Indonesia-Menuju_Swasembada_Tahun_2017.pdf. Diakses pada tanggal 10 Januari 2018.
- CV. Sumber Horti Nasional. 2015. Potensi Pemasaran Benih Jagung Manis Hibrida.
- Damanik Anggita P., Retno Astuti, Rizky L.R.. 2014. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Minuman Kopi dengan Metode IPA dan CSI di Coffe Story Malang.
- Direktorat Jendral Hortikultura. 2015. Potensi, Permasalahan Dan Tantangan Pembangunan Hortikultura (Online). <http://hortikultura.pertanian.go.id/wp-content/uploads/2015/06/Bab-II.pdf>. Diakses pada tanggal 9 Januari 2018.
- FAO. 2016. Green Maize Production in Indonesia 2014-2015 (Online). <http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2018.

- Haryadi, Adi. 2005. Kiat Membuat Promosi Penjualan Secara Efektif dan Terencana. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hidayat, Taufik dan Nina Istiadah. 2011. Panduan Lengkap Menguasai SPSS 19 untuk Mengolah Data Statistik Penelitian. Jakarta: Media Kita.
- Kabupaten Jombang. 2016. Data Umum Kecamatan Ngoro (Online). <http://jombangkab.go.id/index.php/page/detail/kecamatan-ngoro-data-umum.html>. Diakses pada tanggal 25 Maret 2018.
- Kementerian Pertanian Indonesia. 2014. Buku Analisis Hasil Survei Penggunaan Jagung Tahun 2014. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian.
- _____. 2015. Rencana Strategis Kementerian Pertanian Tahun 2015-2016 (Online). <http://www.pertanian.go.id/assets/front/uploads/document/RENSTRA%20DITJEN%20TP%202015-2019.pdf>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2018.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas. Jilid 1. Indeks. Jakarta.
- _____. 2008. Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan Ridho Bramulya. 2015. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Mardalis, Ahmad. 2005. Meraih Loyalitas Pelanggan. Jurnal Benefit. 9 (2): 111-119.
- Margono, S. 2004. Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Miranda Sandra, Patricia Tavares, dan Rita Querio. 2017. Perceived Service Quality and Customer Satisfaction: A Fuzzy Set QCA approach in the Railway Sector. Journal of Business.
- Musa Rosidah, John Pallister, Matthew R. dan Norzaidi M. D. 2010. Application of Importance Performance Analysis (IPA) to Formulate Customer Satisfaction Strategies in The Direct Sales Industry in Malaysia. Bussiness Strategy Series 11 (5): 277-285.
- Musyafak, A. dan Ibrahim, Tatang, M. 2005. Strategi Percepatan Adopsi dan Difusi Inovasi Pertanian Mendukung Prima Tani. Analisis Kebijakan Pertanian. 3 (1): 20-37.
- Patimah Siti, Priyono S. B., dan Rasyid Witman. 2016. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Usaha Benih Padi Cigeulis di Balai Induk Padi dan Palawija di Kabupaten Kepahiang Provinsi Bengkulu. Agrisep 15 (2): 203-212.
- Riandina, W.O. dan Suryana R.N. 2006. Analisis Kepuasan Pengunjung dan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro. Jurnal Agro Ekonomi 24 (1): 41-58.
- Santoso, Singgih. 2007. SPSS 10.0. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Schiffman, Leslie G. Leon, Kanuk L. 2004. Perilaku Konsumen. Edisi ketujuh. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

- Simamora, B. 2004. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soekartawi. 1990. Teori Ekonomi Produksi dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb Douglas. Jakarta: Rajawali Press
- Sufa, Faila, M. Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan Sebagai Upaya Menjamin Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ilmiah Teknik Industri, Vol. 5 (2): 89-96.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi dan Chodilis Chandrawatisma. 2008. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Corned Pronas Produksi PT. CIP, Bali. Jurnal Teknik Industri 18 (2): 106-117.
- Sunyoto, Danang. 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS.
- Supranto, J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Jakarta: Rineka Cipta.
- Syukur M dan Rifianto A. 2013. Jagung Manis. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andy Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. Total Quality Manajemen. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andy Offset.
- Tontini, Gerson dan Jaime, Dagostin, P. 2014. Identifying The Impact of Incremental Innovations on Customer Satisfaction Using a Fusion Method Between Importance Performance Analysis and Kano Model. International Jurnal of Quality and Reliability Management 31 (1):32-52.
- Umar, Husein. 2003. Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa. Jakarta: Ghalia.
- _____. 2005. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- USDA. 2014. Nutrient Data Laboratory. United States Departement of Agriculture. USA.
- Van Den Ban, A.W. and Hawkins, H.S. 1996. Agricultural Extension. Second Edition. John Wiley & Son, Inc. New York.
- Wicaksana Bayu. E., Muhaimin Wahib A., dan Koestino D. 2013. Analisis Sikap dan Kepuasan Petani Dalam Menggunakan Benih Kentang Bersertifikat. Habitat xxiv (3).
- Yasin dan Suarni. 2011. Jagung Sebagai Sumber Pangan Fungsional. Iptek Tanaman Pangan 6 (1)
- Yazdanpanah M., Gholam Hossein Z., Stefan Hochrainer S., Nozar Monfared, dan Jafar Yaghoubi. 2013. Measuring Satisfaction Of Crop Insurance A Modified American Customer Satisfaction Model Approach Applied To Iranian Farmers. International Journal of Disaster Risk Reduction 5: 19-27.

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kandungan Nilai Nutrisi dalam Biji Jagung Manis Per 100 Gram	10
2.	Kriteria Kepuasan Konsumen	23
3.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
4.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	45
5.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia.....	45
6.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
7.	Responden Berdasarkan Usia	49
8.	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
9.	Responden Berdasarkan Kepemilikan Luas Lahan	50
10.	Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	51
11.	Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian.....	51
12.	Responden Berdasarkan Kesetiaan Konsumen dalam Membeli Benih Jagung Manis Talenta	52
13.	Hasil Pengujian <i>Cochran Q-test</i>	53
14.	Tingkat Kepentingan Konsumen Benih Jagung Manis Talenta	55
15.	Tingkat Kinerja Benih Jagung Manis Talenta	56
16.	Tingkat Kesenjangan (GAP) dan Tingkat Kesesuaian Menggunakan IPA.....	58
17.	Perhitungan CSI Benih Jagung Manis Talenta	68

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian.....	76
2.	Karakteristik Responden.....	84
3.	Jawaban Responden Uji Cochran Q-test.....	86
4.	Jawaban Responden untuk Tingkat Kepentingan Konsumen.....	87
5.	Jawaban Responden untuk Tingkat Kinerja	90
6.	Hasil Uji <i>Cochran Q-test</i>	92
7.	Dokumentasi Kegiatan Penelitian.....	96



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Grafik Potensi Pemasaran Benih Jagung Manis Hibrida	4
2.	Produksi Jagung Manis Tahun 2014-2016	11
3.	Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian	14
4.	Diagram Alir Metode <i>Importance Performance Analysis</i>	18
5.	Diagram Kartesius	19
6.	Diagram Alir Metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	22
7.	Kerangka Pemikiran.....	25
8.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	46
9.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Profesi.....	46
10.	Diagram Kartesius	63
11.	Petani Jagung Manis sebagai Responden Penelitian	96
12.	Hama Ulat yang Ditemukan di Tanaman Jagung Manis	96
13.	Benih Jagung Manis Talenta.....	96

